



σχολή
αρχιτεκτόνων
μηχανικών

ΔΠΜΣ Αρχιτεκτονική – Σχεδιασμός του Χώρου, Πολεοδομία-Χωροταξία

Χωρικές, οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές διαστάσεις της ανάπτυξης
και του σχεδιασμού

Διδάσκοντες: Ε. Παναγιωτάτου, Κ. Βαλεριάνου

Πολιτισμικές διευρύνσεις: 4 διερευνήσεις υπό την ομπρέλα του Πολιτισμού

Αλεξίου Ελένη
Βασιλάκη Ελένη
Κωνσταντοπούλου Στεφάνια
Λατινοπούλου Μαρία

Ιούνιος 2017

Προς μια συνολική-κοινή τοποθέτηση

Κοινός στόχος είναι μια πολυεπίπεδη παρουσίαση σύγχρονων θεμάτων που σχετίζονται με την πολιτιστική και πολιτισμική διαχείριση και τις διαδικασίες ανάπτυξης μέσω του στοιχείου του πολιτισμού.

Οι έρευνες προσπαθούν να φωτίσουν πλευρές του πολιτισμικού ζητήματος μέσα από τις νέες τάσεις που επικρατούν στην αγορά εργασίας του δημιουργικού κλάδου στην εποχή της κρίσης, την ιδιαιτερότητα και σημασία της ταυτότητας της περιοχής, τις εφαρμοσμένες πολιτιστικές πολιτικές και τα αποτελέσματά τους, που σχετίζονται άμεσα με τη διαμόρφωση και εξέλιξη των τόπων μελέτης αλλά και τις αυθόρμητες εκφράσεις του κοινού στους τόπους αυτούς.

Οι δύο επιμέρους εργασίες που πραγματοποιούν έρευνα σε χωρικό επίπεδο επικεντρώνονται σε περιοχές του κέντρου της Αθήνας καθώς λόγω του χαρακτήρα, της διάρθρωσης και των μεταβολών που έχει υποστεί, θεωρείται το καταλληλότερο πεδίο διερεύνησης. Αντίστοιχα, οι άλλες δύο εργασίες που διερευνούν ένα φαινόμενο κλαδικά κι όχι χωρικά επιλέγουν ως μελέτη περίπτωσης άτομα κι επιχειρήσεις εντός της πόλης.

Βασικό κοινό χαρακτηριστικό είναι η έμφαση στον ανθρώπινο παράγοντα και τη σχέση των ατόμων με το χώρο, μέσα από το δικαίωμα τους *στη συμμετοχή, τη δημιουργία, την εξέλιξη, την καινοτομία, την αναζήτηση, την αλλαγή, την εκτόνωση και αυθόρμητη έκφραση* στο σύγχρονο διαρκώς μεταβαλλόμενο αστικό περιβάλλον. Το δικαίωμα των ίδιων των τόπων να μιλούν και να εκφράζονται μέσα από τους ανθρώπους.

Περιεχόμενα

01 | Μετασχηματισμοί και δικτύωση

δημιουργικών κλάδων τεχνολογικής καινοτομίας
Ελένη Αλεξίου// Σελ. 4

02 | ΠΟΛ(Η)ΤΙΣΜΟΣ:

πως ο χρόνος και η διαστρωμάτωση των
αφηγήσεων συνθέτουν το ψηφιδωτό της
πολιτισμικής φυσιογνωμίας της συνοικίας
Κουκάκι

Ελένη Βασιλάκη//Σελ. 31

03 | Αστική Πολιτιστική Πολιτική και «αναζωογόνηση» της πόλης:

Το παράδειγμα του κέντρου της Αθήνας.

Στεφανία Κωνσταντοπούλου//Σελ. 52

04 | Be creative or die:

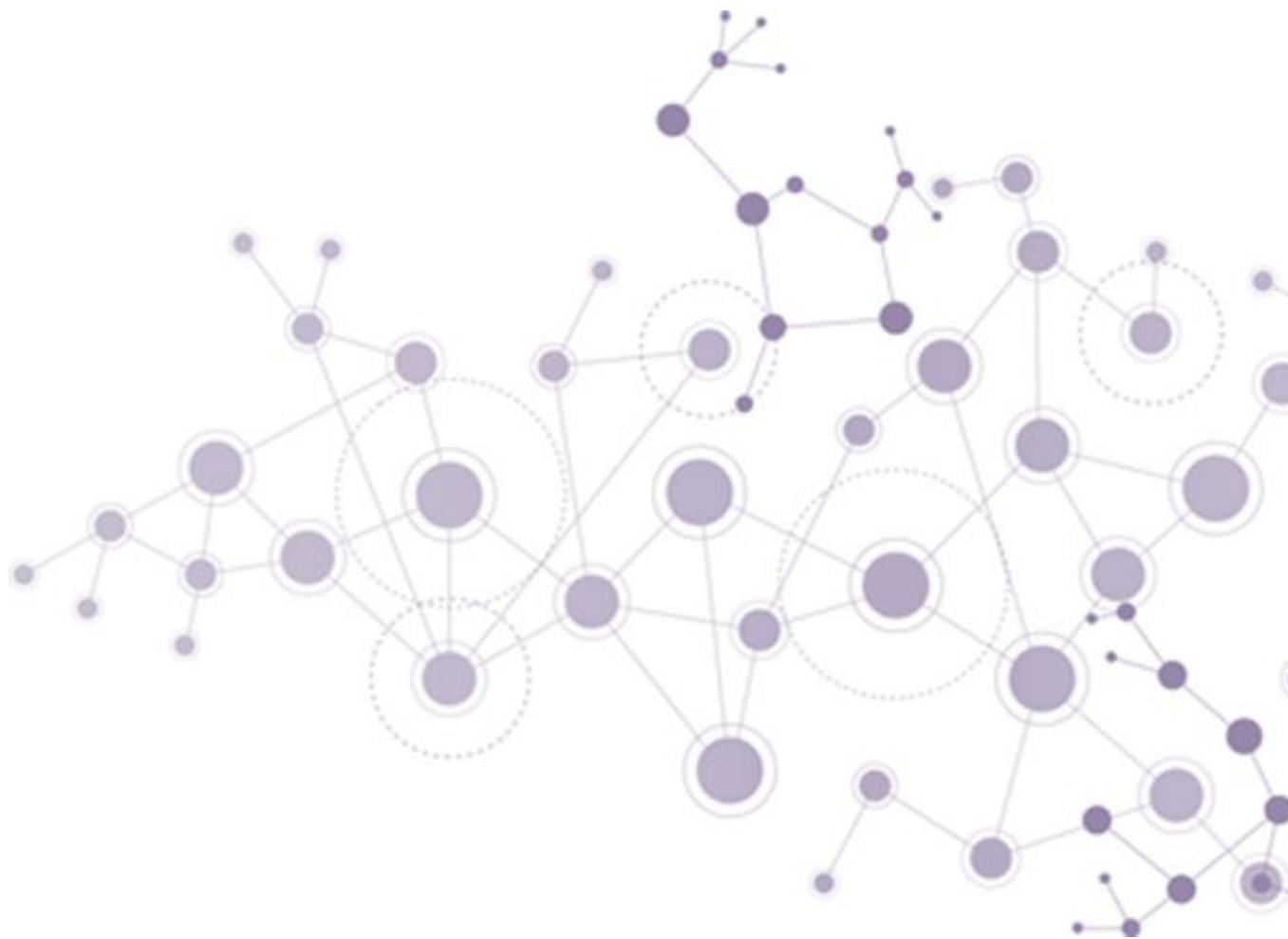
τάσεις κι επεκτάσεις στον κλάδο της
αρχιτεκτονικής και του design

Μαρία Λατινοπούλου//Σελ. 93

01 | Μετασχηματισμοί και δικτύωση

δημιουργικών κλάδων τεχνολογικής καινοτομίας

Ελένη Αλεξίου



Προς την προσέγγιση της υπόθεσης έρευνας..

Η εργασία αυτή εστιάζει στους μετασχηματισμούς και στις δικτυώσεις του δημιουργικού κλάδου των καινοτόμων τεχνολογιών διερευνώντας έννοιες που αποτελούν χαρακτηριστικά στοιχεία της σύνθεσής τους. Με τις διερευνήσεις σε επιμέρους θέματα, στην έννοια της δημιουργικότητας, της καινοτομίας, της κοινωνικής καινοτομίας, της συσπείρωσης και της δικτύωσης γίνεται μία πρώτη προσέγγιση των εννοιών αυτών ως συστατικά στοιχεία της δομής και της λειτουργίας των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον δημιουργικό κλάδο των καινοτόμων τεχνολογιών. Η έρευνα μελετά κατά πόσο οι καινοτόμοι δημιουργικοί κλάδοι αφουγκράζονται τις ανάγκες της κοινωνίας, αναπτύσσοντας νέες τεχνολογίες που ενσωματώνουν αστικές, οικονομικές και κοινωνικές συνιστώσες σε τεχνολογικά δίκτυα. Εδώ πρέπει να σημειωθεί πως οι ανάγκες της κοινωνίας διαφοροποιούνται ανά διαφορετική κοινωνική ομάδα και παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία προσαρμοζόμενες στην συνεχή αλλαγή των αστικών συνθηκών. Επιπλέον, ζητούμενο της εργασίας αυτής είναι να ερευνηθεί η δομή των κλάδων αυτών, πως δικτυώνονται χωρικά ή α-χωρικά και πως αλληλεπιδρούν με άλλους δημιουργικούς κλάδους απασχόλησης συναρθρώνοντας ένα αρμονικό συνθετικό αποτέλεσμα.

Λέξεις - κλειδιά

Καινοτόμες τεχνολογίες, Καινοτομία, Δημιουργικότητα, Α-Χωρική Δικτύωση, Κοινωνικές ανάγκες

Επιμέρους θέματα

Τα θέματα που θα απασχολήσουν την συγκεκριμένη εργασία είναι η σημασία της έννοιας της **δημιουργικότητας** και της **καινοτομίας**, στην δομή και την λειτουργία επιχειρήσεων που παράγουν τεχνολογικά προϊόντα που χαρακτηρίζονται από καινοτομία σε όλα τα επίπεδα της παραγωγικής διαδικασίας. Επιπλέον, σημαντικό ζήτημα της εργασίας αυτής αποτελεί ο ρόλος της δημιουργικότητας των ανθρώπων που εργάζονται στις επιχειρήσεις αυτές προκειμένου να συμμετάσχουν στην παραγωγή καινοτόμων προϊόντων και κατά πόσο χαρακτηρίζεται από διαχρονικότητα ή παροδικότητα. Παράλληλα, οι **σχέσεις συνεργασίας** και υποστήριξης με άλλες δημιουργικές δραστηριότητες, ο τρόπος που αναπτύσσονται όλες αυτές οι σχέσεις και το συνθετικό αποτέλεσμα παραδοσιακών και καινοτόμων δραστηριοτήτων αποτελεί ενδιαφέρον αντικείμενο που θα αποπειραθεί να προσεγγιστεί. Τέλος, ο βαθμός στον οποίο οι επιχειρήσεις καινοτόμων τεχνολογιών αφουγκράζονται τις **ανάγκες της κοινωνίας** και τις ενσωματώνουν στα καινοτόμα τεχνολογικά προϊόντα αφορά την συγκεκριμένη έρευνα.

Προς την επιλογή μελέτης περίπτωσης..

Προκειμένου να προσεγγιστούν τα παραπάνω θέματα, η διενέργεια συνεντεύξεων σε ενδεικτικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον συγκεκριμένο τομέα θα ήταν σημαντική στην διεξαγωγή συμπερασμάτων. Κάνοντας την υπόθεση ότι μπορεί να γίνει μια εισαγωγή στα επιμέρους παραπάνω θέματα επιλέχθηκε μία **επιχείρηση** με έδρα στην Αθήνα, όπου πραγματοποιήθηκε συνέντευξη. Η επιχείρηση επιλέχθηκε λόγω των πρόσφατων **βραβεύσεων** που είχε λάβει για την καινοτομία των τεχνολογικών της προϊόντων (πρόσφατη διάκριση στα European Business Awards 2016/17, στην κατηγορία “The ELITE Award for Growth Strategy of the Year”) καθώς και γιατί δραστηροποιείται σε πάνω από 45 χώρες και έχει **παραρτήματα σε 10 χώρες**, με εστίαση στις αναδυόμενες αγορές της Λατινικής Αμερικής, Αφρικής, Νοτιοανατολικής Ασίας και Ανατολικής Ευρώπης. Είναι μια εταιρία τεχνολογίας που παρέχει λογισμικό και τεχνολογική υποδομή που ενισχύει το εμπόριο ψηφιακών υπηρεσιών μέσω κινητών συσκευών (mobile commerce). Η επιχείρηση έκανε έναρξη το 2001, και μέχρι σήμερα συνεργάζεται με εταιρίες κινητής τηλεφωνίας (πάνω από 60 παρόχους). Έχει πρόσβαση σε μεγάλο αριθμό χρηστών (1.2 δις καταναλωτές), προσφέροντας τους τη δυνατότητα να λαμβάνουν και να πληρώνουν μέσω των κινητών τους συσκευών διαφόρων ειδών ψηφιακές υπηρεσίες.

Προκειμένου να διενεργηθεί η συνέντευξη διατυπώθηκαν κάποιες ερωτήσεις που μπορούν απευθυνθούν και σε άλλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο σε μελλοντική έρευνα, αλλά στην πορεία εξειδικεύτηκαν στο αντικείμενο της εταιρείας υπό έρευνα. Οι **ερωτήσεις** που τέθηκαν στην επιχείρηση είναι διατυπωμένες με τέτοιο τρόπο, ώστε να διεξαχθούν έμμεσα συμπεράσματα από τις απαντήσεις που θα απευθύνονται στα ειδικότερα ενδιαφέροντα της παρούσας έρευνας. Αφορούν τις βασικές αρχές παροχής ψηφιακών υπηρεσιών και δεξιότητες της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, απευθύνθηκαν στον εκπρόσωπο ερωτήσεις για τα βασικά χαρακτηριστικά επιχείρησης (νομική μορφή, έδρα, έτος ίδρυσης) για τον σκοπό της, τα βασικά προϊόντα που διαθέτει στην αγορά (ανταγωνιστικότητα), τους τομείς εξειδίκευσης και την τοποθέτηση κεφαλαίου στην παραγωγική διαδικασία (χρονολογία, προέλευση). Παράλληλα, τέθηκαν ερωτήματα που αφορούν την λειτουργία της επιχείρησης και κατά πόσο λειτουργεί αυτόνομα ή ως μέρος ενός ευρύτερου δικτύου, τον αριθμό, την εξειδίκευση, τον πειραματισμό με νέες ιδέες και τον μέσο όρο απασχόλησης των εργαζομένων στην επιχείρηση. Επιπλέον, ο εκπρόσωπος απάντησε σε ερωτήματα που αφορούν τον ρόλο, την αξιοποίηση και τροποποίηση εσωτερικά της επιχείρησης, της Έρευνας και Ανάπτυξης. Απευθύνθηκαν ερωτήματα που αφορούν την ικανοποίηση και τις απαιτήσεις των πελατών καθώς και για τα κριτήρια αξιολόγησης και βελτίωσης των τεχνολογικών προϊόντων. Τέλος, το

όραμα και οι στρατηγικές της εταιρείας αποτέλεσαν τα τελευταία θέματα που ολοκλήρωσαν την συνέντευξη.

Η επιχείρηση υπό έρευνα

Οι απαντήσεις χρησιμοποιήθηκαν στα πλαίσια της **ποιοτικής έρευνας**, κατεύθυναν σε μεγάλο βαθμό την πορεία της εργασίας αυτής και αποτέλεσαν εισαγωγή σε επιμέρους ζητήματα. Παρακάτω θα επιχειρηθεί μία σύνοψη των απαντήσεων προκειμένου να δοθεί μια αρχική περιγραφή της δομής, της λειτουργίας και των βασικών χαρακτηριστικών της επιχείρησης. Όσον αφορά τις **βασικές δεξιότητες** – αρχές της επιχείρησης αποτελούν το συνθετικό αποτέλεσμα πέντε επιμέρους εννοιών: της τοπικής προσαρμογής (localization) της απόκτησης πελατών (customer acquisition) της διανομής υπηρεσιών (service delivery) της πληρωμής - τιμολόγησης (payment) συνδρομητικών μοντέλων (subscription management) και των ψηφιακών δεδομένων (data). Η τοπική προσαρμογή αναφέρεται στην προσαρμογή των υπηρεσιών στις ανάγκες – προτιμήσεις, στις οικονομικές δυνατότητες του τελικού καταναλωτή και στην ενίοτε τεχνολογική υποδομή. Η έννοια της απόκτησης πελατών αφορά την υιοθέτηση προωθητικών μηχανισμών που να καθιστούν ελκυστικές στον τελικό χρήστη τις ψηφιακές υπηρεσίες, αναζητώντας την αγορά κάθε υπηρεσίας. Η διανομή της υπηρεσίας ως δεξιότητα αναφέρεται στην προσαρμογή της ψηφιακής υπηρεσίας στο τεχνολογικό υπόβαθρο κάθε χώρας, καθιστώντας την εύκολα προσβάσιμη σε όλους τους χρήστες της κινητής τηλεφωνίας (ανταπόκριση σε μειωμένες ταχύτητες σύνδεσης ή σε παλιά μη τεχνολογικά εξελιγμένη κινητή συσκευή). Η πληρωμή αναφέρεται ως ικανότητα καθώς προσφέρεται η δυνατότητα στους χρήστες να πραγματοποιήσουν πληρωμή χωρίς να πραγματοποιήσουν τραπεζική συναλλαγή, μέσω της χρέωσης της συσκευής σε μικρές πολλαπλές δόσεις. Το παραπάνω αποτελεί από τις βασικότερες δεξιότητες της επιχείρησης καθώς όπως ανέφερε ο εκπρόσωπος στις αγορές που απευθύνεται ελάχιστοι έχουν την δυνατότητα να πληρώσουν με τραπεζική κάρτα καθώς δεν διαθέτουν. Η διαχείριση συνδρομητικών μοντέλων αποτελεί ακόμα μία ικανότητα της επιχείρησης καθώς στοχεύει να παρέχει ψηφιακές υπηρεσίες μέσω συνδρομητικού μοντέλου που παρέχει πρόσβαση σε όλες τις υπηρεσίες. Τέλος, η σημαντικότερη ικανότητα είναι αυτή των ψηφιακών δεδομένων που επιδρά σε όλα τα παραπάνω καθώς με την συλλογή των στοιχείων καθημερινών αλληλεπιδράσεων παραμετροποιούνται και βελτιστοποιούνται οι ψηφιακές υπηρεσίες.

Όσον αφορά τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης, ο εκπρόσωπος ανέφερε πως πρόκειται για Ανώνυμη Εταιρεία με νομική έδρα στο Λουξεμβούργο και ιδρύθηκε το 2001. Η βάση της εταιρείας όμως, το μεγαλύτερο γραφείο της δηλαδή, είναι στην Αθήνα όπου απασχολεί και την πλειοψηφία από το σύνολο των εργαζομένων σε όλες τις χώρες. Η επιχείρηση είναι μια **B2B2C** εταιρεία (δηλ Business

to Business to Consumer) που βασικός **στόχος** της είναι η ικανοποίηση και η εξυπηρέτηση των πελατών της και η αύξηση των εσόδων των εταιρών της. Τα κύρια **προϊόντα** που παρέχει είναι ψηφιακές υπηρεσίες μέσω κινητής συσκευής stores και portals και προωθητικές ενέργειες marketing.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του εκπροσώπου η επιχείρηση είναι κυρίως αυτοχρηματοδοτούμενη. Ιδρύθηκε με **κεφάλαιο** από κυρίως δύο Έλληνες επενδυτές, στην συνέχεια με επιθετική στρατηγική και παίρνοντας και δάνεια από τράπεζες, προκειμένου να πραγματοποιήσει και να ολοκληρώσει projects. Σημαντικός σταθμός στην πορεία της επιχείρησης ήταν το 2014, όπου απέκτησε πλειοψηφικό μερίδιο σε Βρετανικό fund και τον Δεκέμβριο του 2016, έλαβε από την ΕΤΕ αναπτυξιακό δάνειο για την περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρίας και της τεχνολογικής της πλατφόρμας.

Η επιχείρηση όπως αναφέρθηκε αποτελεί «κομμάτι του ευρύτερου **οικοσυστήματος** ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω κινητών συσκευών». Παράλληλα, **συνεργάζεται** με μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων: τόσο με τους πελάτες και τους εταίρους της, όσο και με πληθώρα προμηθευτών. Όσον αφορά τους ανθρώπους της, η επιχείρηση ξεκίνησε με 4 άτομα το 2001 και σήμερα απασχολεί 340 εργαζόμενους, από τους οποίους η πλειοψηφία είναι Έλληνες και οι υπόλοιποι στα παραρτήματα σε άλλες χώρες διαφορετικών εθνικοτήτων με μέσο όρο ηλικίας τα 32 έτη. Πρόκειται για **εξειδικευμένο προσωπικό** με ανώτατες σπουδές σε μεγάλο ποσοστό, οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να προτείνουν νέες καινοτόμες ιδέες. Ο εκπρόσωπος ανέφερε πως βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία της επιχείρησης είναι η αξιοκρατία, η δημιουργικότητα και η ομαδικότητα των εργαζομένων. Η επιχείρηση εντάσσεται στο κομμάτι της **Έρευνας και Ανάπτυξης** καθώς όπως ειπώθηκε, οι άνθρωποι της δημιουργούν νέους κώδικες από το μηδέν προκειμένου να βελτιώνουν διαρκώς τις ψηφιακές υπηρεσίες που παρέχει.

Πελάτες της επιχείρησης όπως επισημάνθηκε είναι οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας με σκοπό την διάθεση των προϊόντων στον τελικό χρήστη, προμηθευτές ψηφιακών υπηρεσιών (digital service providers), καθώς και –έμμεσα- οι τελικοί καταναλωτές/συνδρομητές των εταιριών κινητής. **Κύριος στόχος** όσον αφορά τους πελάτες είναι η αύξηση εσόδων των πάροχων κινητής τηλεφωνίας, ώστε να διατηρούν ικανοποιημένους τους τελικούς χρήστες μέσω της παροχής καινοτόμων υπηρεσιών που αποτελούν κομμάτι της καθημερινότητάς τους. Τέλος, όπως επεσήμανε ο εκπρόσωπος της επιχείρησης, το **όραμα** περιέχει την βελτιστοποίηση των προϊόντων με καινοτόμες τεχνολογίες που να εξυπηρετούν του τελικούς χρήστες με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και να συνδυάζουν τις βασικές ικανότητες – δεξιότητες της επιχείρησης.

Κατά την αποτίμηση των απαντήσεων από τον εκπρόσωπο της επιχείρησης κρίθηκε απαραίτητο από πλευράς του ερευνητή, να διερευνήσει κατά πόσο οδηγείται μέσω αυτών σε προσέγγιση των θεμάτων που είχαν τεθεί αρχικά. Το θέμα που

προσεγγίζεται σε μεγάλο βαθμό είναι αυτό της δημιουργικότητας και της καινοτομίας ως βασικές έννοιες που καθορίζουν την δομή και την λειτουργία των επιχειρήσεων. Επιπλέον, η διαχρονικότητα της απασχόλησης των ανθρώπων της επιχείρησης αναλύθηκε σε μεγάλο βαθμό από τον εκπρόσωπο, αναφέροντας ακόμα τον τρόπο πρόσληψης, απασχόλησης και αξιολόγησης τους. Προσεγγίστηκε το θέμα των συνεργασιών και δικτύσεων με άλλες δραστηριότητες που μπορεί να συμβάλει στην διατύπωση κάποιων επιμέρους σχέσεων που συνιστούν το σύνολο των δικτύσεων των επιχειρήσεων τεχνολογικής καινοτομίας. Όμως, απαιτείται περαιτέρω έρευνα και αναζήτηση στοιχείων καθώς πρόκειται για σύνθετο φαινόμενο και οι απαντήσεις που δόθηκαν δεν μπορούν να οδηγήσουν σε σαφή συμπεράσματα. Εδώ πρέπει να σημειωθεί πως χρειάζεται να γίνει έρευνα για την χωρική συγκέντρωση των δραστηριοτήτων που δικτυώνονται μεταξύ τους και ιδιαίτερα για το είδος των δραστηριοτήτων που αποτελούν μέρος του δικτύου. Για αυτόν τον λόγο, γίνεται μία απόπειρα παρακάτω να εντοπιστούν διάφορα επίπεδα σε αυτές τις δικτύσεις προκειμένου να διευκολύνουν την μελλοντική έρευνα. Επίσης, αναφέρθηκε πως μέσω της χρήσης ψηφιακών δεδομένων και την αποτίμησή τους, βελτιστοποιώντας τα αγαθά που προσφέρουν στοχεύουν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των χρηστών που προσεγγίζει το θέμα των κοινωνικών αναγκών που τέθηκε αρχικά.

Κρίθηκε απαραίτητη λοιπόν, η **διερεύνηση** κάποιων επιμέρους εννοιών που διέπουν την δομή των επιχειρήσεων αυτών και αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό τόσο του προϊόντος που διαθέτουν στον τελικό χρήστη όσο και της διαδικασίας παραγωγής και διάθεσης του. Στην προσπάθεια απομόνωσης κάποιων εννοιών που να χαρακτηρίζουν τον συγκεκριμένο δημιουργικό κλάδο διαπιστώθηκε η ηχηρή συνύπαρξη εννοιών, της δημιουργικότητας, της καινοτομίας και της δικτύωσης σε όλα τα στάδια παραγωγής των προϊόντων μέχρι τον τελικό χρήστη. Το **συνθετικό αποτέλεσμα** των εννοιών αυτών στον δημιουργικό κλάδο των καινοτόμων τεχνολογιών συνεισφέρει στην ανταγωνιστικότητά των κλάδων αυτών και αποτελεί το συστατικό στοιχείο τους. Παρακάτω αναλύονται οι δύο αυτές έννοιες και συσχετίζονται με τις απαντήσεις από τον εκπρόσωπο της επιχείρησης υπό έρευνα.

Δημιουργικότητα ως έννοια «κλειδί»

Η επιχείρηση ανήκει σε έναν ευρύ δημιουργικό κλάδο καινοτόμων τεχνολογιών (Δικτύων-Πληροφορικής) που είναι τεχνολογικά προσανατολισμένος και έχει άμεση αλληλεξάρτηση και αλληλεπίδραση με την **δημιουργικότητα** των εργαζομένων. Η δημιουργικότητα ως έννοια αναφέρεται στην **ικανότητα** ενός ατόμου να συνδυάσει τις εξειδικευμένες γνώσεις που έχει αποκτήσει, με τις πληροφορίες και εργαλεία που του παραθέτονται προκειμένου να παράγει καινοφανή και χρήσιμα προϊόντα (Καλογερέσης και Κούρτεσης, 2013). Στην δημιουργική βιομηχανία των καινοτόμων

τεχνολογιών η δημιουργικότητα μετουσιώνεται στην παραγωγή μίας σειράς μη εμπορεύσιμων αγαθών (αϋλών ή μη υλικών). Η έννοια αυτή αποτελεί βασική δεξιότητα των ατόμων που απασχολούνται στις δημιουργικές βιομηχανίες των καινοτόμων τεχνολογιών. Όπως διαπιστώθηκε στην επιχείρηση υπό έρευνα, πρόκειται για εργαζομένους που είναι σε παραγωγική ηλικία, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, με εξειδίκευση και σπουδές στον τομέα των μηχανικών υπολογιστών και πληροφορικής. Εντοπίζεται μεγάλη ποικιλομορφία στην εξειδίκευση του προσωπικού - σημαντική κατά τον Landry (2000).

Η δημιουργικότητα όπως αναφέρθηκε παραπάνω είναι η ικανότητα να παράγει **νέες ιδέες** και προϊόντα που χαρακτηρίζονται από καινοτομία στον συγκεκριμένο δημιουργικό κλάδο. Σε πολλές περιπτώσεις, δεν είναι συνυφασμένη με την επιτυχία εφαρμογής νέων ιδεών αλλά, αφορά **αστοχίες** που πολλές φορές οδηγούν στην παραγωγή νέων αποτελεσματικότερων ιδεών. Αποτελεί μία συνεχόμενη νοητική διαδικασία, κατά την οποία δημιουργούνται διέξοδα ή κενά ή αδιέξοδα αποτελεσματικότητας παραγωγής νέων ιδεών. Κατά την ποιοτική έρευνα σε συγκεκριμένη επιχείρηση, διαπιστώθηκε πως η δημιουργικότητα των νέων υπαλλήλων **αξιολογείται** με numerical και εξειδικευμένα tests (ανάλογα με την ειδικότητα) και συνεντεύξεις που διενεργούνται προκειμένου να προσληφθούν. Παράλληλα, στην πρόσληψη των υπαλλήλων παίζουν σημαντικό ρόλο οι συστάσεις από υφιστάμενο προσωπικό και από εταίρους (internal referral policy). Κατά την διάρκεια απασχόλησης τους σε επιχειρήσεις, η δημιουργικότητα τους αξιολογείται μέσω της επίτευξης των στόχων που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν από τον καθένα ανά συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Στην περίπτωση της υπό έρευνα επιχείρησης σύμφωνα με όσα ανέφερε ο εκπρόσωπος της εταιρείας, οργανώνονται ετησίως εταιρικά "hackathon", στα οποία συνάδελφοι από το engineering χωρίζονται σε ομάδες και «διαγωνίζονται» στην ανάπτυξη πρωτοποριακών και καινοτόμων «πρότυπων» (prototype) ιδεών – με ανοιχτή θεματική. Το γεγονός αυτό ενθαρρύνει την δημιουργικότητα, την ανάπτυξη νέων ιδεών και την καινοτομία, ως επί το πλείστον σε τομείς που δε σχετίζονται με τις άμεσες εργασίες της εταιρίας. Η **αξιοκρατία** στην αξιολόγηση των απασχολουμένων και η **ομαδικότητα** κατά την παραγωγική διαδικασία αποτελεί την βάση για την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων. Πρόκειται λοιπόν, για εργαζομένους που συνεχώς αξιολογούνται ανάλογα με την απόδοσή τους και την παραγωγή καινοφανών ιδεών καθιστώντας την απασχόλησή τους εξαιρετικά απαιτητική και ανταγωνιστική. Οφείλουν συνεχώς να εκσυγχρονίζονται, να αναβαθμίζονται τις γνώσεις τους και να αποτελούν μία σύγχρονη «**παραγωγική μηχανή δημιουργικότητας**».

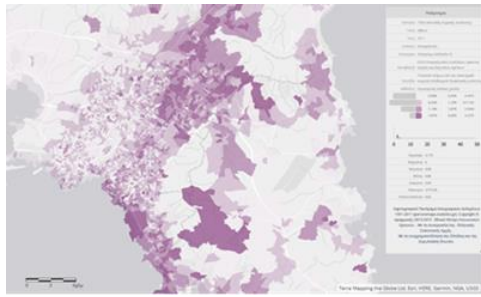
Οι εργαζόμενοι της επιχείρησης μπορούν να εκμεταλλευτούν τις δημιουργικές τους ιδέες, έχουν την **ελευθερία** να πειραματίζονται, ακολουθώντας όμως τους στόχους που έχουν τεθεί από την επιχείρηση που απασχολούνται, όπως επισημάνθηκε από τον εκπρόσωπο της μελέτης περίπτωσης. Παρέχεται η δυνατότητα σε κάποιους πολύ

ικανούς να αποκτήσουν μερίδιο σε αυτήν, παρέχοντας το κίνητρο αύξησης της αποδοτικότητάς τους. Παρ'όλα αυτά, ο χρόνος απασχόλησης των εργαζομένων στην επιχείρηση είναι συνήθως περιορισμένος (δυομιση χρόνια κατά μέσο όρο) καθιστώντας την απασχόληση στον κλάδο αυτό παροδική στην επιχείρηση και καταδεικνύοντας την **παροδικότητα** της δημιουργικότητας κάθε εργαζομένου και τις αυξημένες απαιτήσεις της απασχολησής τους.

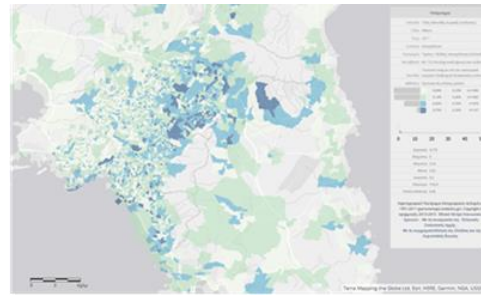
Χωροθέτηση δημιουργικότητας

Οι άνθρωποι που απαρτίζουν την συγκεκριμένη επιχείρηση και κατ'επέκταση τις υπόλοιπες του ίδιου κλάδου αποτελούν ένα μέρος της "Δημιουργικής τάξης" (R. Florida, 2004). Παράγουν πρωτότυπες ιδέες που συντελούν στην ανάπτυξη μιας περιοχής, κατέχουν ανώτατες σπουδές, αναπτύσσουν δεξιότητες και γνώσεις καταλαμβάνοντας ανώτερες θέσεις. Κατά την συνέντευξη στην επιχείρηση υπό έρευνα αναφέρθηκε πως μέσος όρος ηλικίας των ανθρώπων της είναι τα 32 έτη, μεγάλη μερίδα τους είναι εξειδικευμένο προσωπικό με σπουδές **μηχανικών υπολογιστών και πληροφορικής** (developers και engineers), ενώ συνολικά, πάνω από 95% του προσωπικού διαθέτει πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με περίπου 60% να διαθέτει και μεταπτυχιακό ή/και διδακτορικό.

Από τα στοιχεία που μας παρείχε ο εκπρόσωπος για τις σπουδές των εργαζομένων, επιχειρήθηκε ένας **στοιχειώδης χωρικός εντοπισμός** του τύπου διαμονής ατόμων με ίδιο μορφωτικό επίπεδο και χαρακτηριστικά. Παρατηρώντας λοιπόν, τον χάρτη της Αττικής με τα δεδομένα της ΕΛΣΤΑΤ 2011, την απασχόληση των εργαζομένων με σπουδές ηλεκτρολόγων μηχανικών και μάρκετινγκ εντοπίζεται διάχυση γύρω από τον άξονα Ανατολής - Δύσης και χωρική συγκέντρωση των εργαζομένων στα βόρεια και νότια προάστια της Αττικής. Όσον αφορά τους εργαζομένους στην επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη παρατηρείται συγκέντρωση τους στην ίδια περιοχή παρουσιάζοντας έξαρση σε βόρεια και ανατολικά προάστια. Σε μία προσπάθεια να απεικονιστεί η χωρο - χρονική συγκέντρωση του δημιουργικού κλάδου των ηλεκτρολόγων μηχανικών ανασύρθηκαν στοιχεία από το Πανόραμα κατά τις απογραφές του 1991, 2001 και 2011. Παρατηρήθηκε πως, το χωρικό πρότυπο του τύπου κατοικίας των εργαζομένων μετασχηματίζεται με την πάροδο του χρόνου. Το 1991, παρατηρείται διάχυση του τύπου κατοικίας των εργαζομένων που απασχολούνται ως ηλεκτρολόγοι μηχανικοί στην μητροπολιτική περιοχή των Αθηνών ενώ το 2001 και 2011 παρατηρείται συγκέντρωση του τύπου διαμονής τους κυρίως, βόρεια και νότια. Διαπιστώθηκε λοιπόν, πως οι εργαζόμενοι των δημιουργικών κλάδων των καινοτόμων τεχνολογιών συγκεντρώνονται σε περιοχές με υψηλά εισοδήματα. Παράλληλα, το γεγονός της μετατόπισης των εργαζομένων προς τα βόρεια και νότια, ίσως σχετίζεται με την χωροθέτηση των επιχειρήσεων των καινοτόμων τεχνολογιών στις αντίστοιχες περιοχές.

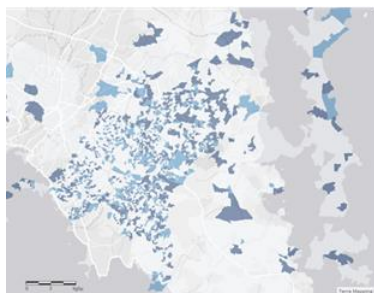


Επαγγελματίες έρευνας αγοράς, πωλήσεων και δημοσίων σχέσεων ΕΛΣΤΑΤ 2011

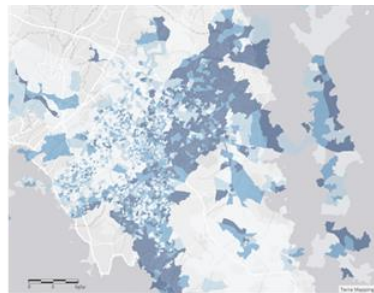


Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη, ΕΛΣΤΑΤ 2011

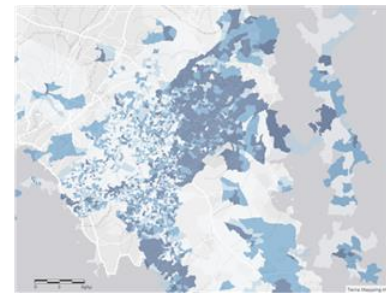
Εικόνα 1.1: Αριστερά, τόπος διαμονής επαγγελματιών έρευνας, αγοράς, πωλήσεων και δημοσίων σχέσεων κατά την απογραφή 2011 ΕΛΣΤΑΤ. Δεξιά, τόπος διαμονής επαγγελματιών στην Ε&Α κατά την απογραφή του 2011 της ΕΛΣΤΑΤ (πηγή: <https://panorama.statistics.gr/>)



Ηλεκτρολόγοι Μηχανικοί, ΕΛΣΤΑΤ 1991



Ηλεκτρολόγοι Μηχανικοί, ΕΛΣΤΑΤ 2001



Ηλεκτρολόγοι Μηχανικοί, ΕΛΣΤΑΤ 2011

Εικόνα 1.2: Τόπος διαμονής των ηλεκτρολόγων μηχανικών κατά την απογραφή της ΕΛΣΤΑΤ του 1991, 2001 και 2011 (πηγή: <https://panorama.statistics.gr/>)

Καινοτομία ως «γενότυπος»

Όπως επισημάνθηκε η επιχείρηση ενσωματώνει την **καινοτομία** στην λειτουργία τους, στο προϊόν που διαθέτει, στην διαδικασία παραγωγής του και στο μάρκετινγκ. Τίθεται το ζήτημα του προσδιορισμού και της διερεύνησης της έννοιας της καινοτομίας ως συστατικό χαρακτηριστικό, **«γενότυπος»** της μορφής και της λειτουργίας των δημιουργικών βιομηχανιών τεχνολογικής καινοτομίας. Η καινοτομία αφορά νέες ιδέες που λειτουργούν, εφαρμόζονται σε όλη την παραγωγική διαδικασία και έχουν απήχηση στο κοινωνικό σύνολο με απώτερο σκοπό την αύξηση των εσόδων της επιχείρησης.

Κατά την ποιοτική έρευνα στην εταιρεία καινοτόμων τεχνολογιών διαπιστώθηκε η επίδραση και η εφαρμογή της καινοτομίας σε όλα τα επίπεδα της παραγωγικής διαδικασίας. Τα βασικά χαρακτηριστικά της καινοτομίας εντοπίζονται στην διαδικασία παραγωγής και διάθεσης μιας **νέας ιδέας**, στην συνολική διαδικασία της γένεσης, αξιολόγησης, εφαρμογής και διαχείρισης ενός νέου προϊόντος. Γίνεται παραγωγή νέων καινοτόμων τεχνολογικών προϊόντων, **σχεδιάζοντας** κώδικες (σε ορισμένες περιπτώσεις από το μηδέν), **συνθέτοντάς** και **βελτιστοποιώντας** τους

εντός της επιχείρησης (in-house) ώστε να απευθύνονται στη ζήτηση των αγορών. Ως έννοια δεν ταυτίζεται απαραίτητα με τεχνολογικά επιτεύγματα αλλά μπορεί να αφορά **μικρές βελτιώσεις** σε όλη την διαδικασία παραγωγής, διάθεσης ενός προϊόντος παρουσιάζοντας διαβαθμίσεις ανάλογα με το τελικό προϊόν (ΕΣΕΕ, 2014). Όπως αναφέρθηκε από τον εκπρόσωπο, αρκετά προϊόντα αξιολογούνται και βελτιστοποιούνται σύμφωνα με την απήχηση των ψηφιακών υπηρεσιών – **data** – που παρέχονται.

Σε μία προσπάθεια να αποδοθεί η σημασία της καινοτομίας ως έννοιας – «κλειδί» στον κλάδο των καινοτόμων τεχνολογιών πραγματοποιήθηκε αναζήτηση σε στοιχεία καταγραφής της, στην δομή και στην λειτουργία των ελληνικών επιχειρήσεων. Σε μελέτη που έγινε από το Έθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, οι ελληνικές επιχειρήσεις ενσωματώνουν την καινοτομία είτε στο προϊόν, είτε στην διαδικασία παραγωγής του ή διάθεσής του ή στο μάρκετινγκ σε ποσοστό μεγαλύτερο του 50% κατά την τριετία 2010-2012 και 2012-2014. Τα μεγαλύτερα ποσοστά εμφανίζονται στην καινοτομία στο μάρκετινγκ του προϊόντος, με ποσοστό 32,5 – 36,8%. Συνεπώς, η καινοτομία αποτελεί βασικό συστατικό στοιχείο των σύγχρονων επιχειρήσεων που ακολουθούν τις τάσεις της αγοράς και προσπαθούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των χρηστών.

Μία ακόμα έννοια υπό διερεύνηση τόσο στην επιχείρηση υπό μελέτη όσο και σε άλλες είναι αυτή της «**κοινωνικής καινοτομίας**». Η έννοια αυτή αναφέρεται στους καινοτόμους δημιουργικούς κλάδους που αφουγκράζονται τις ανάγκες της κοινωνίας, αναπτύσσοντας νέες τεχνολογίες που ενσωματώνουν αστικές, οικονομικές και κοινωνικές συνιστώσες σε τεχνολογικά δίκτυα. Αφορά το τρίπτυχο τριών ενοιών αυτών της δημιουργικότητας, της καινοτομίας και της εξυπηρέτησης των κοινωνικών αναγκών (Mulgan et al, 2007). Στην περίπτωση της επιχείρησης που ερευνάται αναφέρθηκε πως αναζητούν και επιλέγουν παγκόσμιες - τοπικές ψηφιακές υπηρεσίες από ποιοτικούς και ηγετικούς παρόχους ψηφιακών υπηρεσιών (digital service providers), προσαρμόζοντάς τις στις **ανάγκες** και προτιμήσεις του τοπικού καταναλωτή και στην υπάρχουσα τεχνολογική υποδομή (localisation). Με το γεγονός αυτό γίνεται μία πρώτη προσέγγιση της έννοιας της «κοινωνικής καινοτομίας» από την επιχείρηση. Παρ'όλα αυτά χρειάζονται «ευαίσθητες» κινήσεις προκειμένου να προσαρμοστούν οι ψηφιακές υπηρεσίες στις ανάγκες κάθε κοινωνικής ομάδας του πληθυσμού. Το παραπάνω δεν ήταν εφικτό να μελετηθεί καθώς δεν προέκυψαν στοιχεία από την ποιοτική έρευνα.

Συνολικό ποσοστό (%) καινοτόμων ελληνικών επιχειρήσεων και τύποι καινοτομίας, για τις τριετίες 2012-2014 και 2010-2012



Πηγή: ΕΚΤ, Βασικοί Δείκτες Καινοτομίας Ελληνικών Επιχειρήσεων 2012-2014, <http://metrics.ekt.gr>

Εικόνα 1.3: Ποσοστό καινοτόμων ελληνικών επιχειρήσεων 2010-2012 και 2012-2014 (πηγή: <http://metrics.ekt.gr>)

Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά κύριο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, στους τομείς της Βιομηχανίας και των Υπηρεσιών, για την τριετία 2012-2014



Πηγή: ΕΚΤ, Βασικοί Δείκτες Καινοτομίας Ελληνικών Επιχειρήσεων 2012-2014, <http://metrics.ekt.gr>

Εικόνα 1.4 Ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων ανά κύριο κλάδο για την τριετία 2012-2014 (πηγή: <http://metrics.ekt.gr>)

Σχέσεις συνεργασίας-δικτυώσεων στις καινοτόμες τεχνολογίες

Μία σημαντική έννοια υπό διερεύνηση είναι αυτή της συσπείρωσης, **δικτύωσης** των δημιουργικών βιομηχανικών τεχνολογικής καινοτομίας στα πλαίσια της δομής τους και της λειτουργίας τους. Η συσπείρωση επιχειρήσεων αφορά συνεργασίες, συμπράξεις, συνεταιριστικές μορφές λειτουργίας που δεν είναι κατ' ανάγκη χωρικά συγκεντρωμένες και χαρακτηρίζεται από οργανική συνοχή, ανταλλαγή τεχνογνωσίας και παραγωγικών πόρων. Στην περίπτωση που τα παραπάνω χαρακτηριστικά σχετίζονται με χωρική συγκέντρωση των επιχειρήσεων τότε, έχουμε συστάδες επιχειρήσεων (clusters) ενώ όταν εντοπίζονται με α-χωρική συγκέντρωση τότε έχουμε δίκτυα. Όταν οι συνέργειες των επιχειρήσεων δεν είναι καλά οργανωμένες τότε έχουμε άτυπη συσπείρωση, τα «άτυπα δίκτυα» (<https://creativegreece.net/>). Οι

επιχειρήσεις που ανήκουν σε παραδοσιακούς δημιουργικούς κλάδους έχουν την τάση να δημιουργούν θύλακες (clusters) ενισχύοντας την χωρική τους διάσταση στα πλαίσια του αστικού περιβάλλοντος. (Χατζηδημήτρογλου Χ., 2013). Τίθεται όμως, το ζήτημα του εντοπισμού της μορφής και του είδους των συνεργασιών και συμπράξεων στους δημιουργικούς κλάδους της τεχνολογικής καινοτομίας και συγκεκριμένα στην επιχείρηση υπό έρευνα.

Στην περίπτωση του δημιουργικού κλάδου των καινοτόμων τεχνολογιών παρατηρούνται έντονες δικτυώσεις με α-χωρική συγκέντρωση τόσο με ομοειδείς δημιουργικούς κλάδους όσο και με παραδοσιακούς δημιουργικούς κλάδους, συναρθρώνοντας ένα αρμονικό συνθετικό αποτέλεσμα. Το συνθετικό αποτέλεσμα αυτό ενσωματώνει αρμονικές ή ανταγωνιστικές σχέσεις μεταξύ ομοειδών ή όχι και παραδοσιακών ή καινοτόμων δημιουργικών δραστηριοτήτων, δημιουργώντας έντονη δικτύωση επιμέρους δραστηριοτήτων τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό των επιχειρήσεων αυτών. Πρόκειται για επιχείρηση που η δομή τους διαρθρώνεται από το τρίπτυχο συνεργασίας επιχείρησης – επιχείρησης με διέξοδο προς τον τελικό χρήστη που περιγράφεται ως «business to business to consumer», όπως αναφέρθηκε.

Έχοντας υπόψη την δομή και την λειτουργία της συγκεκριμένης εταιρείας αποπειράθηκε να γίνει επιμερισμός των **σχέσεων** – συνεργασιών σε **διαφορετικά επίπεδα**. Το παραπάνω συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση των δικτυώσεων της επιχείρησης που μπορεί να έχει προέκταση και σε άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου. Η δικτύωση της επιχείρησης καινοτόμων τεχνολογιών αφορά ένα σύνολο αλληλεξαρτήσεων σε διαφορετικά επίπεδα, ενσωματώνοντας τις σχέσεις επιχείρησης - οργανώσεων, επιχείρησης - επιχείρησης, επιχείρησης - προσωπικού και επιχείρησης - τελικού χρήστη. Το σύνολο των υβριδικών αυτών σχέσεων ενσωματώνει αλληλεπιδράσεις που έχουν τελικό αποδέκτη το **«οικοσύστημα»** της πόλης. Από τις επισημάνσεις του εκπροσώπου διαπιστώθηκε πως, η ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την δικτύωσή της καθώς η ανάπτυξη καινοτόμων τεχνολογικών προϊόντων προϋποθέτει την αφομοίωση εξωγενών ιδεών και γνώσεων, σε ψηφιακές υπηρεσίες.

Στο πρώτο επίπεδο **δικτύωσης της επιχείρησης με άλλες οργανώσεις και επιχειρήσεις** εντοπίζονται συνεργασίες με μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων: τόσο με τους πελάτες (άλλες επιχειρήσεις – εταιρείες) και τους εταίρους. Η δικτύωση με οργανώσεις Έρευνας και Ανάπτυξης είναι σημαντική και αποτελεί βασικό κομμάτι του δικτύου επιχείρησης με οργανώσεις που λειτουργεί σε ορισμένες περιπτώσεις υποστηρικτικά, ως υπόβαθρο στην ανάπτυξη και δημιουργία των προϊόντων. Παρ'όλα αυτά, η τεχνολογική πλατφόρμα αναπτύσσεται σε πολλές περιπτώσεις εσωτερικά από τους εργαζομένους της, όπως αναφέρθηκε. Κατά την συνέντευξη στην

επιχείρηση υπό την ποιοτική έρευνα διαπιστώθηκε πως, η συνεργασία με ηγετικούς παρόχους ψηφιακών υπηρεσιών (digital service providers) είναι σημαντική καθώς τους παρέχουν ψηφιακές υπηρεσίες, τους βοηθούν να αποκτήσουν νέους χρήστες και να αυξήσουν την απήχηση των καινοτόμων τεχνολογιών.

Δεύτερο επίπεδο δικτύωσης εντοπίζεται στην **επιχείρηση με άλλη ομοειδής επιχείρηση και παραρτήματα**. Το παραπάνω προϋποθέτει την συνεργασία με άλλες ηγετικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ίδια χώρα με την αγορά που απευθύνονται. Παράλληλα, τα παραρτήματα της επιχείρησης σε διάφορες χώρες ανά τον κόσμο λειτουργούν ως διαύλος επικοινωνίας και ανάγνωσης των επικρατούσων συνθηκών κάθε τοπικής αγοράς. Επιπλέον, εντοπίζονται σχέσεις συνεργασίας με πληθώρα προμηθευτών, π.χ. για το data storage, quality testing μέχρι για τα αναλώσιμα, τους υπολογιστές εμφανίζοντας τοπική δικτύωση ανά παράρτημα που έχει χωρικές συνιστώσες.

Ένα επιπλέον επίπεδο συνεργασίας αποτελεί αυτό της **επιχείρησης με τους εργαζομένους** που στην περίπτωση του συγκεκριμένου δημιουργικού κλάδου παρουσιάζει χωρική διάχυση και ποικιλομορφία. Η επιχείρηση υπό έρευνα ξεκίνησε με 4 άτομα το 2001 και σήμερα απασχολεί 340 εργαζόμενους από τους οποίους η πλειοψηφία (~75%) είναι στην Ελλάδα και οι υπόλοιποι στα παραρτήματα σε άλλες χώρες. Απασχολούνται άνθρωποι από πολλές διαφορετικές εθνικότητες που διαμένουν σε διαφορετικές χώρες, αναζητώντας και αξιοποιώντας τη ποικιλομορφία τους, ως εφόδιο ανταλλαγής νέων ιδεών και γνώσεων.

Τέταρτο επίπεδο δικτύωσης είναι αυτό της σχέσης **επιχείρησης με τον τελικό χρήστη** που στην συγκεκριμένη περίπτωση απευθύνεται σε μεγάλο αριθμό ατόμων, με διαφορετική εθνικότητα και χώρα, διαφορετικές ηλικιακές ομάδες. Ο εκπρόσωπος της επιχείρησης υπό έρευνα ανέφερε πως δραστηριοποιείται μέσω ειδικής πλατφόρμας σε πάνω από 45 χώρες, με έμφαση στις αναδυόμενες αγορές της Λατινικής Αμερικής, Αφρικής, Νοτιοανατολικής Ασίας και Ανατολικής Ευρώπης).

Τέλος, η δικτύωση δεν εντοπίζεται μόνο σε επίπεδο σχέσης προϊόντος-χρήστη αλλά και στην **εισροή κεφαλαίων** σε μία επιχείρηση καθώς στην συγκεκριμένη περίπτωση, δεν μπορούσε να είναι αποκλειστικά αυτοχρηματοδοτούμενη σε όλες τις χρονικές στιγμές. Η εισροή κεφαλαίων στην επιχείρηση έγινε μέσω επενδυτών, τράπεζων και funds που δραστηριοποιούνται και πραγματοποιούν επενδύσεις σε τοπικές ή διεθνείς αγορές. Η εισροή κεφαλαίων μαρτυρά επιπλέον δικτυώσεις και σχέσεις αλληλεξάρτησης που έχουν χωρικές και χρονικές συνιστώσες καθώς κάθε επένδυση έχει συγκεκριμένη **προέλευση και χρονολογία**. Αρχικά, η χρηματοδότηση ήταν το 2001 από τοπικούς παράγοντες ή επενδυτές ενώ, όσο η επιχείρηση απέκτησε απήχηση και έσοδα προσέλκυσε επενδύσεις από βρετανικό ιδιώτικο κεφάλαιο.

Έχοντας ως υπόβαθρο στην έρευνα αυτή το παράδειγμα της συγκεκριμένης επιχείρησης καινοτόμων τεχνολογιών, παρατηρήθηκε πως ενσωματώνει έντονα αλληλεξαρτώμενες δικτυώσεις σε όλα τα επίπεδα παραγωγής ενός προϊόντος και χαρακτηρίζεται από **α-χωρική δικτύωση** στα πλαίσια της διεθνούς απήχησης του σε online χρήστες. Η σχέση δικτύωσης της επιχείρησης κάθε τοπικής αγοράς με διεθνής επιχείρηση που παρέχει καινοτόμα προϊόντα χαρακτηρίζεται από συνεργασία αλληλεπίδρασης με χωρικές συνιστώσες. Στην δομή και την λειτουργία μιας επιχείρησης εντοπίζονται δικτυώσεις που ενσωματώνουν τις σχέσεις αλληλεξάρτησης επιχείρησης με άλλες τοπικές, E&A, χρηματοδοτήσεις και εργαζόμενους. Ένα σύνολο δηλαδή αλληλεξαρτήσεων και αλληλεπιδράσεων που μαρτυρούν την συνύπαρξη επιμέρους δικτυώσεων και ενσωματώνουν το τρίπτυχο επιχείρηση – επιχείρηση – τελικός χρήστης (business to business to consumer) που έχει προεκτάσεις σε έναν χώρο χωρίς φυσική υπόσταση, **τον ψηφιακό χώρο**.

Χρήστες και ψηφιακές υπηρεσίες

Παράλληλα, κατά την συνέντευξη με εκπρόσωπο της επιχείρησης υπό έρευνα αναφέρθηκε πως μέσω των προϊόντων καινοτόμων τεχνολογιών που παράγουν, παρέχεται άμεση πρόσβαση σε 3 δις online καταναλωτών μέσω κινητής συσκευής, σε αναδυόμενες αγορές. Η τεχνογνωσία που παρέχουν συνεισφέρει στην αντιμετώπιση των κύριων εμποδίων που βιώνουν οι καταναλωτές στις **αναδυόμενες αγορές** με την δυνατότητα πληρωμής. Πρόκειται για αναδυόμενες αγορές με μεγάλο πληθυσμό, με χαμηλά εισοδήματα, με μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης, με αυξημένη διείσδυση στην κινητή συσκευή, και το 90% του πληθυσμού (κατά μέσο όρο) δεν διαθέτει τραπεζική κάρτα.

Τα **βασικά προϊόντα** που παράγουν είναι infotainment (βασικές ειδήσεις, πληροφορίες, quizz, celebrity apps), υπηρεσίες μέσω κινητής συσκευής (εκμάθηση ξένων γλωσσών, υπηρεσίες μικρό-ασφάλισης, υπηρεσίες προστασίας κινητής συσκευής από ιούς, υπηρεσίες cloud storage, κ.α.), stores και portals («on-line συλλογές» από επιλεγμένα παιχνίδια, apps, ή βίντεο) και προωθητικές ενέργειες marketing που παρέχονται από την επιχείρηση συνεισφέρουν στη σχέση πομπού – δέκτη που αφορά σχέσεις κοινωνικής αλληλεπίδρασης χρηστών – καινοτόμων τεχνολογιών. Αρκετά από αυτά τα προϊόντα αγγίζουν την καθημερινότητα των χρηστών, με την συνάφεια του περιεχομένου με την καθημερινότητα τους, με βάση την οικονομική τους δυνατότητα, στοχεύοντας στην διευκόλυνση της πρόσβασης σε αυτά μέσω συνδρομητικών υπηρεσιών, πληρωμής με μικρό-ποσά μέσω σύνδεσης.

Συνεπώς, τα καινοτόμα προϊόντα επιδρούν στην **διαμόρφωση της καθημερινότητας** των χρηστών με την δημιουργία **νέων καταναλωτικών συνηθειών** που με την πάροδο του χρόνου αφομοιώνονται κοινωνικά. Η διαδικασία παραγωγής τους και

διάθεσης των προϊόντων στην αγορά αποτελεί διαδικασία που περιλαμβάνει σύνολο κοινωνικών, χωρικών και οικονομικών αλληλεπιδράσεων και δικτυώσεων που θα προσεγγιστεί παρακάτω.

Κοινωνικές ανάγκες και καινοτόμα τεχνολογικά προϊόντα

Ενα επιπλέον ζητούμενο της έρευνας αυτής είναι να εντοπιστεί ο βαθμός στον οποίο τα νέα τεχνολογικά προϊόντα που προωθεί ο δημιουργικός κλάδος των καινοτόμων τεχνολογιών αφουγκράζονται και ενσωματώνουν τις κοινωνικές ανάγκες διαφορετικών χρηστών ανάλογα με την κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική τους ταυτότητα. Το πρόβλημα είναι πως εντοπίζεται τεράστια ποικιλομορφία αυτών των αναγκών που μεταβάλλονται ανάλογα με την κοινωνική ομάδα στην οποία απευθύνεται κάθε προϊόν. Είναι σημαντικό να προσδιοριστεί το κοινωνικό σύνολο στο οποίο θα έπρεπε να εστιάσει κάθε ψηφιακή υπηρεσία, ώστε να ανταποκριθεί στις διαφορετικές ανάγκες που προκύπτουν.

Στην επιχείρηση που μελετήθηκε στα πλαίσια της ποιοτικής έρευνας της εργασίας αυτής, διαπιστώθηκε πως κατά την παραγωγική διαδικασία χρησιμοποιούνται και αξιοποιούνται αποτελέσματα από **έρευνες καταναλωτών** που αποτυπώνουν τις επικρατούσες συνήθειες των χρηστών. Οι έρευνες αυτές αναθέτονται από την επιχείρηση σε άλλες επιχειρήσεις που εξειδικεύονται στην καταγραφή των αναγκών αυτών μέσω στατιστικών δειγμάτων. Το επόμενο στάδιο περιλαμβάνει την εφαρμογή ενός **πilotικού καινοτόμου προϊόντος** που καταγράφει τα **ψηφιακά δεδομένα** (data feedback) που μαρτυρούν τις ανάγκες του τελικού χρήστη μιας εφαρμογής. Τα ψηφιακά αυτά δεδομένα **καταγράφουν** σε κάποιο βαθμό την απήχηση ενός καινοτόμου προϊόντος και χρησιμοποιούνται ώστε να συμβάλλουν στην **επαναξιολόγηση** και **βελτιστοποίηση** ενός προϊόντος. Συνεπώς, τα καινοτόμα προϊόντα ενσωματώνουν στην λειτουργία τους ένα σύνολο σχέσεων αλληλεξάρτησεων και αλληλεπιδράσεων με οικονομική, χωρική και χρονική διάσταση που υποδηλώνουν τις ανάγκες της πόλης και κατ'έπекταση της κοινωνίας.

Το πρόβλημα που εντοπίζεται είναι ότι τα ψηφιακά δεδομένα που αξιολογούνται αφορούν πληθυσμιακές ομάδες που από την μία, εντοπίζονται σε διαφορετικές χώρες από την άλλη όμως, αφορούν χρήστες οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν **κινητή συσκευή**. Συνεπώς, περιορίζεται η πληθυσμιακή ομάδα που απευθύνονται καθώς η κατοχή τεχνολογικού μέσου από τον τελικό χρήστη θεωρείται απαραίτητη. Οι ψηφιακές υπηρεσίες προσαρμόζονται στις ανάγκες και τις **προτιμήσεις του τοπικού καταναλωτή** μεταβάλλοντας την γλώσσα, το είδος – κατηγορίες των υπηρεσιών, την **τιμολόγηση** και τον τρόπο διανομής της υπηρεσίας

ώστε να ανταποκρίνονται στις επικρατούσες συνθήκες των αντίστοιχων αναδυόμενων αγορών που απευθύνονται.

Βασικό χαρακτηριστικό της επιχείρησης αποτελεί το γεγονός πως οι ψηφιακές υπηρεσίες που παρέχονται ανταποκρίνονται στις **οικονομικές δυνατότητες** των χρηστών των αναδυόμενων αγορών που απευθύνονται. Αυτό επιτυγχάνεται με την αντιστοιχία του τοπικού εισοδήματος και κάθε τοπικού προϊόντος ανά χώρα και την τιμολόγηση κάθε τεχνολογικού προϊόντος με βάση την τοπική τιμολόγηση παρόμοιου προϊόντος. Παρέχεται η δυνατότητα στους καταναλωτές των αναδυόμενων αγορών να πληρώσουν για τις ψηφιακές υπηρεσίες που επιθυμούν να καταναλώσουν χωρίς να απαιτείται τραπεζική κάρτα ή οποιαδήποτε άλλη τραπεζική συναλλαγή. Με δεδομένο ότι το 90% του πληθυσμού (κατά μέσο όρο) στις αναδυόμενες αγορές δεν διαθέτει τραπεζική κάρτα, προσφέρει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να πληρώσουν για τις ψηφιακές υπηρεσίες που επιθυμούν, μέσω των κινητών τους συσκευών, χρησιμοποιώντας τις 'μονάδες' ή τον λογαριασμό του κινητού (χρέωση μέσω πολλαπλών μικρών δόσεων).

Η επιχείρηση υπό έρευνα στοχεύει στην κάλυψη όλων των χρηστών κινητής, με υπηρεσίες **εύκολα προσβάσιμες** (μέσω sms, java, html5, Native Apps) σε όλους, προσαρμοζόμενες στο **τεχνολογικό υπόβαθρο** κάθε χώρας (προσφορά υπηρεσίας ανάλογα της ποιότητας σύνδεσης στο διαδίκτυο και διαθέσιμης συσκευής). Παρέχει ηλεκτρονικές υπηρεσίες με τρόπο που ανταποκρίνεται στις μειωμένες ταχύτητες σύνδεσης internet των αγορών, αλλά είναι και προσαρμοσμένες στις δυνατότητες όλων των διαφορετικών συσκευών κινητής (από μη τεχνολογικά εξελιγμένες κινητές συσκευές μέχρι smartphones – λαμβάνοντας υπόψη ότι τα smartphones ακόμα καταλαμβάνουν μειοψηφικό μερίδιο διείσδυσης στις συγκεκριμένες αγορές). Συνεπώς, η επιτυχία της οφείλεται στην καινοτομία που ενσωματώνει στην διάθεση του προϊόντος ακόμα και σε χρήστες που δεν έχουν αφομοιώσει στην καθημερινή τους ζωή τις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις.

Διαπιστώθηκε πως η συγκεκριμένη επιχείρηση δίνει μεγαλύτερο βάρος στις οικονομικές δυνατότητες των χρηστών και στο αξιοποιήσιμο τεχνολογικό υπόβαθρο κάθε χώρας. Μέσω της αξιοποίησης των ψηφιακών δεδομένων γίνεται μία προσπάθεια να απεικονιστούν οι επικρατούσες κοινωνικές συνθήκες όμως, είναι δύσκολο να ερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο αφογκράζονται τις κοινωνικές ανάγκες επιμέρους ομάδων. Αυτό συμβαίνει γιατί ο χώρος χαρακτηρίζεται από ποικιλομορφία, συνύπαρξη κοινωνικών ομάδων. Χρειάζεται εστίαση σε επιμέρους ομάδες που μπορεί να είναι διαφοροποιημένες με επιμέρους πληθυσμιακά κριτήρια και με ευασθησία σε ευπαθείς ομάδες. Οι ομάδες αυτές έχουν συσσωρευμένες και εξειδικευμένες ανάγκες για κάποιο τεχνολογικό προϊόν που θα τις καλύπτει και μπορεί να λειτουργήσει ως «σανίδα σωτηρίας» και διευκόλυνσης της καθημερινής

τους ζωής. Για αυτό τον λόγο κρίνεται σημαντική, η εισαγωγή της έννοιας της «κοινωνικής καινοτομίας» ως κινητήριοις μοχλός της δημιουργίας νέων τεχνολογικών προϊόντων και η διερεύνηση της σε μεγαλύτερο βαθμό στην ίδια επιχείρηση μέσω της αξιολόγησης της απήχησης των προϊόντων σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες. Το παραπάνω μπορεί να επεκταθεί και σε άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου σε μελλοντική έρευνα προκειμένου να προσεγγιστεί σε βάθος το θέμα της ικανοποίησης των κοινωνικών αναγκών διαφορετικών πληθυσμιακών ομάδων.

Συνοψίζοντας..

Η **δημιουργικότητα** των εργαζομένων και η **καινοτομία** των τεχνολογικών προϊόντων σε όλη την παραγωγική διαδικασία αποτελεί τον **«γενότυπο»** της δομής και της λειτουργίας της επιχείρησης του δημιουργικού κλάδου των καινοτόμων τεχνολογιών. Η επιχείρηση υπό έρευνα αποτελεί υπόδειγμα **α- χωρικής δικτύωσης** καθώς δικτυώνεται σε μεγάλο βαθμό και σε έναν νέο χώρο που δεν έχει φυσική υπόσταση και δεν εντοπίζεται κάπου χωρικά, **τον ψηφιακό χώρο**. Εντοπίστηκαν συνεργασίες σε διαφορετικά επίπεδα με επιχειρήσεις, οργανώσεις, επενδυτές, εργαζομένους μέχρι τον τελικό χρήστη. Κρίνεται αναγκαίος ο εντοπισμός των δικτυώσεων που έχουν φυσική υπόσταση χωρικά σε μελλοντική έρευνα, σε μία προσπάθεια καταγραφής τους στο αστικό περιβάλλον.

Τα προϊόντα ανταποκρίνονται σε κάποιο βαθμό στις κοινωνικές ανάγκες πληθυσμιακών ομάδων που έχουν **πρόσβαση** στην τεχνολογία. Παρ' όλα αυτά, προσπαθούν να αυξήσουν το εύρος των χρηστών που απευθύνονται λαμβάνοντας υπόψη τα διαφορετικά **τεχνολογικά υπόβαθρα** χωρών που δεν έχουν ενσωματώσει τις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις. Δίνουν μεγάλη σημασία στην ανταπόκριση των χρηστών και στις **επικρατούσες οικονομικές συνθήκες** κάθε χώρας, προσαρμόζοντας την τιμολόγηση των προϊόντων αλλά και τον τρόπο πληρωμής ανάλογα με τις δυνατότητες της κάθε αγοράς. Δίνουν όμως μεγαλύτερη σημασία στην αύξηση των εσόδων μέσω της απήχησης των ψηφιακών υπηρεσιών σε περισσότερους χρήστες, δημιουργώντας **νέες καταναλωτικές συνήθειες**. Οι απαντήσεις της επιχείρησης για το συγκεκριμένο ζήτημα οδήγησαν στην διατύπωση νέων θεμάτων που αφορούν στις κοινωνικές ανάγκες των χρηστών.

Επισημαίνεται ο σημαντικός ρόλος της έννοιας της **«κοινωνικής καινοτομίας»** και προτείνεται η υιοθέτηση του ως στρατηγική των επιχειρήσεων αυτών προκειμένου να αλληλεπιδράσουν με συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες που ίσως αδυνατούν να έχουν πρόσβαση σε τέτοιες υπηρεσίες λόγω περιορισμένων δεξιοτήτων και δυνατοτήτων. Σε μελλοντική έρευνα, προτείνεται να γίνει εστίαση σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες του πληθυσμού που έχουν πρόσβαση σε ψηφιακές υπηρεσίες και να αποτιμηθούν τα αποτελέσματα έχοντας ως κριτήριο τις ανάγκες της

συγκεκριμένης κοινωνικής ομάδας, αποδίδοντας μεγαλύτερο βάρος στην «κοινωνική καινοτομία».

Βιβλιογραφία

Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2014), «Η καινοτομία στην μικρομεσαία εμπορική επιχείρηση», Προγράμματα δια βίου εκπαίδευσης για το ανθρώπινο δυναμικό των εμπορικών επιχειρήσεων, (http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/6957/1665_2_%CE%95%CE%9D%CE%9F%CE%A4%CE%97%CE%A4%CE%91%2010_COVER.pdf)

Καλογερέσης, Α. και Κουρτέσης, Α. (2013), Δημιουργικότητα και ανάπτυξη: μύθοι και πραγματικότητες με αφορμή την περίπτωση της Θεσσαλονίκης, 11ο Τακτικό Επιστημονικό Συνέδριο Ελληνικής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης (ERSA-GR)

Χατζηδημήτρογλου, Χ. (2013) «Δημιουργική Οικονομία: Οι Δημιουργικοί κλαδοι στην Ελλάδα», Διπλωματική εργασία, Σχολή Εφαρμοσμένων Μαθηματικών και Φυσικών Επιστημών, ΕΜΠ

Mulgan, G., Tucker, S., Ali R., Sanders B. (2007) «Social innovation: What it is, Why it matters and how can be accelerated?», Oxford said Business School, London

Hall, P. (2000), Creative Cities and Economic Development, Urban Studies, 37(4), 639 - 649.

Landry, C. (2000), The creative city: A toolkit for urban innovators, UK and USA, Earthscan Publications Ltd

Διαδικτυακές πληροφορίες

<https://creativegreece.net/>

<http://metrics.ekt.gr/>

<https://panorama.statistics.gr/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Δημιουργικός κλάδος καινοτόμων τεχνολογιών,

(Αντιστοίχιση ερωτημάτων της έρευνας με τα ερωτήματα που τέθηκαν στην Επιχείρηση υπό έρευνα)

Ερωτήματα:

1. Ποιά είναι η επίδραση της αλληλεξάρτησης χρήστη-κοινωνίας μέσω καινοτόμων τεχνολογιών; Ποια είναι η συνεισφορά της στην αλλαγή των κοινωνικών φαινομένων της πόλης, στην διαμόρφωση πολιτισμικής ταυτότητας της πόλης και κατ'επέκταση της κοινωνίας;
2. Εντοπίζεται δικτύωση των δραστηριοτήτων αυτών χωρικά; Πως αλληλεπιδρούν με άλλες χωρικά;
3. Δικτύωση δραστηριοτήτων α-χωρικά;
4. Ποια είναι η αλληλεπίδραση των καινοτόμων δημιουργικών δραστηριοτήτων με παραδοσιακούς κλάδους - συνθετικό αποτέλεσμα, συνάρθρωση δραστηριοτήτων;
5. Ποιος ο ρόλος της δημιουργικότητας των απασχολούμενων στην παραγωγή καινοτόμων τεχνολογιών; Είναι διαχρονικός;
6. Εντοπίζονται σχέσεις υποστήριξης με άλλες δραστηριότητες; Πως αναπτύσσονται σχέσεις συνεργασίας; (συνεργασία με ομοειδείς επιχειρήσεις;)
7. Πως οι καινοτόμοι δημιουργικοί κλάδοι αφογκράζονται τις ανάγκες μιας κοινωνίας, πόλης και αναπτύσσουν νέες τεχνολογίες που ενσωματώνουν αστικές και κοινωνικές αλληλεπιδράσεις σε τεχνολογικά δίκτυα;

Ερωτήσεις στην Επιχείρηση:

- α. Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησης, το έτος ίδρυσης της και η έδρα της;
- β. Ποιος είναι ο σκοπός της επιχείρησής σας και γιατί εστιάζετε σε αυτόν τον τομέα;
- γ. Ποια είναι τα κύρια προϊόντα που διαθέτετε στην αγορά; Πόσα διαφορετικά προϊόντα και κατηγορίες και που βασίζεται η ανταγωνιστικότητά τους;
- δ. Σε ποιους τομείς εξειδικεύεστε και έχετε περισσότερες αναθέσεις από πελάτες;
- ε. Λειτουργείτε αυτόνομα ως επιχείρηση ή αποτελείτε μέρος ενός ευρύτερου δικτύου;
- στ. Συνεργάζεστε με άλλες επιχειρήσεις και που εντοπίζονται χωρικά αυτές;
- ζ. Τι αριθμό εργαζομένων απασχολείτε; Πρόκειται για εξειδικευμένο προσωπικό; Ειδικότητα; Πως αξιολογείτε τους εργαζόμενους της επιχείρησης; Μέσος όρος απασχόλησης στην εταιρεία σας;
- η. Σε ποιους πελάτες απευθύνεται η επιχείρηση και πως επιτυγχάνεται η ικανοποίηση του πελάτη ώστε να προσεγγίζεται ο σκοπός της εταιρείας;
- θ. Ποιες είναι οι απαιτήσεις των πελατών σας και τι παράμετροι επηρεάζουν τις αποφάσεις τους;
- ι. Που εστιάζετε και πως αξιολογείτε τα αποτελέσματα της εταιρείας σας; Με ποια κριτήρια εγκαταλείπετε έναν τομέα αν χρειαστεί;
- ια. Ποιο είναι το όραμα της επιχείρησής σας;
- ιβ. Ποια είναι η στρατηγική της εταιρείας; Παρακολουθεί τις τάσεις της αγοράς, στην τεχνολογία, τις αποδόσεις ανταγωνιστών;

(Τα κυκλάκια με τα χρώματα στις ειδικές ερωτήσεις προς την εταιρεία αντιπροσωπεύουν τα χρώματα των γενικών ερωτήσεων για τον δημιουργικό κλάδο των καινοτόμων τεχνολογιών. Έχει γίνει η απόπειρα να ομαδοποιηθούν οι ειδικές ερωτήσεις στο ευρύτερο περιεχόμενο των γενικών).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Συνέντευξη με εκπρόσωπο της επιλεγόμενης επιχείρησης καινοτόμων τεχνολογιών (Συνάντηση 13/4/2017)

Συνοπτική παρουσίαση της επιχείρησης

Η Επιχείρηση είναι μια εταιρία τεχνολογίας που παράγει λογισμικό και προσφέρει υποδομή που επιτρέπουν το εμπόριο ηλεκτρονικών υπηρεσιών μέσω κινητών συσκευών (mobile commerce).

Δραστηριοποιείται σε 45+ χώρες, με έμφαση στις αναδυόμενες αγορές της Λατινικής Αμερικής, Αφρικής, Νοτιοανατολικής Ασίας και Ανατολικής Ευρώπης.

Ξεκίνησε το 2001, και μέχρι σήμερα συνεργάζεται με 60+ εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, ενώ διαθέτει 10 γραφεία ανά τον κόσμο.

Η Επιχείρηση έχει πρόσβαση σε 1.2 δις καταναλωτές, προσφέροντας τους τη δυνατότητα να λαμβάνουν και να πληρώνουν μέσω των κινητών τους συσκευών μια πληθώρα από ψηφιακές υπηρεσίες.

Η τεχνολογική της πλατφόρμα το 2016 διαχειρίστηκε ηλεκτρονικές αγορές μέσω κινητών συσκευών αξίας 237 εκατ. δολαρίων, ενώ απολαμβάνει 80 εκ. ενεργούς συνδρομητές.

Βασικές αρχές παροχής υπηρεσιών / Βασικές ικανότητες-δεξιότητες (key capabilities) που προσφέρει στους πελάτες & εταίρους της η τεχνολογική πλατφόρμα της Επιχείρησης

- Localisation: αναζητούν και επιλέγουν παγκόσμιες - τοπικές ψηφιακές υπηρεσίες από ποιοτικούς και ηγετικούς παρόχους ψηφιακών υπηρεσιών (digital service providers), προσαρμόζοντάς τις στις ανάγκες και προτιμήσεις του τοπικού καταναλωτή και στην υπάρχουσα τεχνολογική υποδομή. Πρακτικά αυτό συμβαίνει, προσαρμόζοντάς τις με τέτοιο τρόπο (γλώσσα, είδος/ κατηγορίες υπηρεσιών, τιμολόγηση, διανομή υπηρεσίας) ώστε να είναι συμβατές με τις επικρατούσες συνθήκες των αντίστοιχων αναδυόμενων αγορών που απευθύνονται.

Οι υπηρεσίες μας είναι προσαρμοσμένες στις οικονομικές δυνατότητες των καταναλωτών των αναδυόμενων αγορών, με διαφοροποιημένη τιμολόγηση, ανά αγορά (λαμβάνοντας υπόψη, π.χ., ότι ένα μέσο app που τιμολογείται \$2,99, στη Μεγάλη Βρετανία αντιπροσωπεύει μόλις το 3% του μέσου ημερήσιου εισοδήματος ενός καταναλωτή, ενώ στη Βραζιλία το 14%).

- Customer acquisition: Υιοθετούν προωθητικούς μηχανισμούς που να είναι ελκυστικοί στον τελικό καταναλωτή ώστε να αναζητήσει και να αγοράσει την κάθε υπηρεσία. Βοηθούν παρόχους ψηφιακών υπηρεσιών (digital service providers), app developers, και εταιρίες κινητής τηλεφωνίας να αποκτήσουν νέους χρήστες/ πελάτες για τις υπηρεσίες/ καμπάνιες τους, αξιοποιώντας πάνω από 20 προωθητικά κανάλια μέσω των κινητών τηλεφώνων (sms, notifications, κλπ) ή/ και άλλων digital marketing καναλιών (facebook/ google ads/ τοπικά δίκτυα digital marketing). Διαχρονικά πετυχαίνει τα υψηλότερα ποσοστά conversion-to-purchase rate στον κλάδο.
- Service delivery: Στοχεύει στην κάλυψη 100% των χρηστών κινητής. Υπηρεσίες εύκολα προσβάσιμες (μέσω sms, java, html5, Native Apps) σε 100% των χρηστών της κινητής τηλεφωνίας, προσαρμοζόμενες στο τεχνολογικό υπόβαθρο κάθε χώρας (προσφορά υπηρεσίας ανάλογα της ποιότητας σύνδεσης στο διαδίκτυο και διαθέσιμης συσκευής).
Παρέχει ηλεκτρονικές υπηρεσίες με τρόπο που ανταποκρίνεται στις μειωμένες ταχύτητες σύνδεσης internet των αγορών, αλλά είναι και προσαρμοσμένες στις δυνατότητες όλων των διαφορετικών συσκευών κινητής (από nokia 3310 μέχρι smartphone –λαμβάνοντας υπόψη ότι τα smartphones ακόμα καταλαμβάνουν μειοψηφικό μερίδιο διείσδυσης στις συγκεκριμένες αγορές).
- Payment: προσφέρουν στους καταναλωτές των αναδυόμενων αγορών τη δυνατότητα να πληρώσουν για τις ψηφιακές υπηρεσίες που επιθυμούν να καταναλώσουν χωρίς να απαιτείται τραπεζική κάρτα/ συναλλαγή. Αυτό είναι απαραίτητη δεξιότητα καθώς απευθύνονται σε αγορές που η πλειοψηφία των χρηστών τους δεν έχουν πρόσβαση σε τραπεζικές συναλλαγές. Πρόκειται για αγορές με μεγάλο πληθυσμό, χαμηλά εισοδήματα, μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης, αυξημένη διείσδυση στην κινητή συσκευή (ζήτηση/ διείσδυση κινητής συσκευής παρά desktop). Με δεδομένο ότι το 90%, κατά μ.ο., του πληθυσμού στις αναδυόμενες αγορές δεν διαθέτει τραπεζική κάρτα, προσφέρει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να πληρώσουν για τις ψηφιακές υπηρεσίες που επιθυμούν, μέσω των κινητών τους συσκευών, χρησιμοποιώντας τις 'μονάδες' ή τον λογ/μο του κινητού.
Προσφέρουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να πληρώνουν μέσω πολλαπλών, χαμηλών ποσών/ «δόσεων» (micro-payments)
- Subscription management: προσφέρουν ψηφιακές υπηρεσίες μέσω συνδρομητικού μοντέλου, επιτρέποντας στους καταναλωτές, με μία συγκεκριμένη χαμηλή χρέωση (π.χ. ανά βδομάδα/ μήνα) να απολαμβάνουν όση ποσότητα θέλουν από την εκάστοτε υπηρεσία.
Διαχείριση συνδρομητών, συνδρομή σε μικροποσά ανά τακτά χρονικά διαστήματα, χρέωση ανάλογα με το υπόλοιπο του προ-πληρωμένου χρόνου ομιλίας κάθε χρήστη- καταναλωτή

-
- **DATA:** όλες οι προαναφερόμενες δεξιότητες και υπηρεσίες βελτιστοποιούνται με την συλλογή στοιχείων των καθημερινών αλληλεπιδράσεων των καταναλωτών με την αποτίμηση των data.

Παρακάτω παραθέτονται οι ειδικότερες **ερωτήσεις** που απευθύνθηκαν στην **Upstream** με τις αντίστοιχες απαντήσεις:

- **Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησης, το έτος ίδρυσης της και η έδρα της;**

Απ: Η νομική μορφή της επιχείρησης είναι Ανώνυμη Εταιρεία με νομική έδρα στο Λουξεμβούργο και ιδρύθηκε το 2001. Η βάση της εταιρείας (δηλ. το μεγαλύτερο γραφείο) όμως είναι στην Αθήνα όπου απασχολεί και τους περισσότερους εργαζόμενους.

- **Ποιος είναι ο σκοπός της επιχειρησής σας και γιατί εστιάζετε σε αυτόν τον τομέα;**

Απ: Η Επιχείρηση είναι μια B2B2C εταιρία (δηλ Business to Business to Consumer). Σκοπός της είναι η ικανοποίηση και η εξυπηρέτηση των πελατών της. Πιο συγκεκριμένα, συντελεί στην αύξηση των εσόδων των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας (που είναι και πελάτες της) από τους συνδρομητές/ πελάτες των εταιριών κινητής και παρέχει σε εταιρείες με ψηφιακές υπηρεσίες (που είναι εταίροι της) άμεση πρόσβαση στους επόμενους 3 δις on-line καταναλωτές μέσω κινητού, στις αναδυόμενες αγορές, μέσω της πλατφόρμας της. Η τεχνογνωσία/ πλατφόρμα της βοηθάει στην αντιμετώπιση των κύριων εμποδίων που βιώνουν οι καταναλωτές στις αναδυόμενες αγορές [πρόσβαση σε relevant υπηρεσίες (βλ. localisation) και δυνατότητα πληρωμής (βλ. payment & subscription management)]. Σκοπός της είναι να βοηθάει τους πελάτες & εταίρους της να αποκτούν πελάτες (βλ. customer acquisition) που να πληρώνουν για τις ψηφιακές τους υπηρεσίες.

- **Ποια είναι τα κύρια προϊόντα που διαθέτετε στην αγορά; Πόσα διαφορετικά προϊόντα και κατηγορίες και που βασίζεται η ανταγωνιστικότητά τους;**

Απ: Προϊόντα infotainment (βασικές ειδήσεις, πληροφορίες, quizz, celebrity apps), υπηρεσίες μέσω κινητής συσκευής (εκμάθηση ξένων γλωσσών, υπηρεσίες μικρό-ασφάλισης, υπηρεσίες προστασίας κινητής συσκευής από ιούς, υπηρεσίες cloud storage, κ.α.), stores και portals («on-line συλλογές» από επιλεγμένα παιχνίδια, apps, ή βίντεο) και προωθητικές ενέργειες marketing. Κάποια προϊόντα μας ενδεικτικά είναι Truesafe (ασφάλεια κινητού και antivirus protection) KidzProtect (parental control service) Cloudeasy (αποθήκευση αρχείων στο

κινητό) CoverNow (υπηρεσίες μικρο-ασφάλισης), Gamedom (portal με παιχνίδια), Language Learning (μαθήματα ξένων γλωσσών) κ.α.

Η ανταγωνιστικότητα τους βασίζεται στους πέντε βασικούς άξονες – ικανότητες της επιχείρησης όπως περιγράφηκαν παραπάνω αλλά κυρίως, στο γεγονός ότι ανάλογα με τα data που συλλέγονται από τους χρήστες βελτιστοποιούνται οι υπηρεσίες που παρέχονται. Εφαρμόζονται εναλλακτικές πιλοτικές εφαρμογές ώστε να συμπεράνουν μέσω των ψηφιακών στοιχείων (Data) τι προσελκύει περισσότερο τον κόσμο και ανάλογα να το βελτιστοποιήσουν (optimization).

- **Σε ποιους τομείς εξειδικεύεστε και έχετε περισσότερες αναθέσεις από πελάτες;**

Απ: πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου ψηφιακών υπηρεσιών μέσω κινητών συσκευών (mobile commerce), η οποία προσφέρει τις προαναφερόμενες ικανότητες/ υπηρεσίες. Συνδρομητικό μοντέλο παροχής ψηφιακών υπηρεσιών, σε αναδυόμενες αγορές του κόσμου. Διαχρονικά πετυχαίνει τα υψηλότερα ποσοστά conversion-to-purchase rate στον κλάδο.

- **Ποιος τοποθετεί το κεφάλαιο στην παραγωγική διαδικασία της επιχείρησης σας και τι είδους κεφάλαιο είναι;**

Απ: Ιστορικά, η παραγωγική διαδικασία είναι κυρίως αυτοχρηματοδοτούμενη. Ξεκίνησε το 2001 με κεφάλαιο από κυρίως 2 Έλληνες επενδυτές, στην συνέχεια με επιθετική στρατηγική και παίρνοντας και δάνεια από τράπεζες προκειμένου να πραγματοποιήσει/ ολοκληρώσει projects. Σημαντικός σταθμός στην πορεία της επιχείρησης ήταν το 2014 όπου απέκτησε πλειοψηφικό μερίδιο το Βρετανικό fund, με ιδιαίτερη τεχνογνωσία στις αναδυόμενες αγορές –στοιχείο ιδιαίτερα σημαντικό καθώς είναι ανεκτίμητο να έχεις έναν επενδυτή συνétaιρο που είναι έμπειρος σε τέτοιες αγορές, μη σταθερές και θα συμβάλει ψύχραιμα και κατάλληλα σε περίπτωση δυσμενών συνθηκών. Τέλος, τον Δεκέμβριο του 2016, πληρώνοντας τα ιδιαίτερα αυστηρά κριτήρια της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων, έλαβε από την ΕΤΕ αναπτυξιακό δάνειο για την περαιτέρω στήριξη του πλάνου ανάπτυξης της εταιρίας και της τεχνολογικής της πλατφόρμας.

- **Λειτουργείτε αυτόνομα ως επιχείρηση ή αποτελείτε μέρος ενός ευρύτερου δικτύου;**

Απ: Λειτουργούμε αυτόνομα ως Επιχείρηση αλλά σε συνεννόηση με την διαχειριστική εταιρεία του βρετανικού fund. Αποτελούμε όμως κομμάτι του ευρύτερου οικοσυστήματος m-commerce/ ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω κινητών συσκευών.

- **Συnergieάζεστε με άλλες επιχειρήσεις και που εντοπίζονται χωρικά αυτές;**

Απ: Ναι συνεργαζόμαστε με μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων: τόσο με τους πελάτες και τους εταίρους μας, όσο και με πληθώρα προμηθευτών, π.χ. για το data storage, quality testing μέχρι για τα αναλώσιμα, τους υπολογιστές (τοπική δικτύωση για κάθε παράρτημα) κ.α.

• **Τι αριθμό εργαζομένων απασχολείτε; Πρόκειται για εξειδικευμένο προσωπικό; Ειδικότητα (σπουδές); Πως αξιολογείτε τους εργαζόμενους της επιχείρησης; Μέσος όρος διάρκειας απασχόλησης στην εταιρεία σας;**

Απ: Η επιχείρηση ξεκίνησε με 4 άτομα το 2001 και σήμερα απασχολεί 340 εργαζόμενους από τους οποίους η πλειοψηφία (~75%) είναι στην Ελλάδα και οι υπόλοιποι στα παραρτήματα σε άλλες χώρες. Η εταιρία απασχολεί ανθρώπους από >30 εθνικότητες, σε >20 χώρες, αναζητώντας και αξιοποιώντας το diversity τους. Μέσος όρος ηλικίας των ανθρώπων της είναι τα 32 έτη, μεγάλη μερίδα τους είναι εξειδικευμένο προσωπικό με σπουδές μηχανικών υπολογιστών και πληροφορικής (developers και engineers), ενώ συνολικά, >95% του προσωπικού διαθέτει πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με ~60% να διαθέτει και μεταπτυχιακό ή/και διδακτορικό.

Η αξιολόγηση των νέων υπαλλήλων γίνεται, μεταξύ άλλων, με numerical και εξειδικευμένα tests (ανάλογα με την ειδικότητα) και συνεντεύξεις προκειμένου να προσληφθούν. Σημαντικό παράγοντα αποτελούν και οι συστάσεις από υφιστάμενο προσωπικό (internal referral policy) και από εταίρους/ πελάτες. Κατά την απασχόληση τους στην επιχείρηση υπάρχουν στόχοι που θα πρέπει να επιτευχθούν για τον καθένα και αξιολογούνται με εργαλείο της SAP, καθώς και παράλληλα μέσω ανοιχτού διαλόγου/ επικοινωνίας με τον manager του. Ο μέσος χρόνος απασχόλησης των εργαζομένων είναι ~2μιση χρόνια αν και υπάρχουν αρκετοί εργαζόμενοι που απασχολούνται στην επιχείρηση πάνω από 5 χρόνια, μέχρι και από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της.

• **Ποιες είναι οι δεξιότητες των εργαζομένων σας; Έχουν το δικαίωμα να πειραματίζονται με νέες ιδέες; Τι γίνεται σε περίπτωση αδιέξοδης ιδέας;**

Απ: Φυσικά. Έχουν την ελευθερία να πειραματίζονται, να προτείνουν νέες ιδέες και να τις υλοποιούν –πάντα φυσικά σε συνεννόηση με τον manager τους. Παράλληλα, η επιχείρηση παρέχει την δυνατότητα σε κάποιους πολύ ικανούς να αποκτήσουν μερίδιο σε αυτήν. Βασικό χαρακτηριστικό της επιχείρησης είναι η αξιοκρατία, η δημιουργικότητα και η ομαδικότητα των εργαζομένων.

• **Είναι δεκτική η επιχείρηση σας στην διατύπωση νέων ιδεών; Συμμετέχει εσωτερικά στον κλάδο της Έρευνας & Ανάπτυξης;**

Απ: Ναι η επιχείρηση είναι ανοικτή σε νέες ιδέες, πάντα ενθαρρύνοντας νέους τρόπους βελτιστοποίησης των εργασιών της. Ως εταιρία τεχνολογίας, είναι

ιδιαίτερα ενεργή στο κομμάτι της Έρευνας και Ανάπτυξης καθώς οι εργαζόμενοι αναπτύσσουν νέους κώδικες εντός της επιχείρησης προκειμένου να αναπτύσσουν και να βελτιστοποιούν την τεχνολογική πλατφόρμα της εταιρίας.

Οργανώνονται ετησίως εταιρικά “hackathon”, στα οποία συνάδελφοι από το engineering χωρίζονται σε ομάδες και «διαγωνίζονται» στην ανάπτυξη πρωτοποριακών και καινοτόμων «πρότυπων» (prototype) ιδεών –με ανοιχτή θεματική, ενθαρρύνοντας τη δημιουργικότητα, την ανάπτυξη νέων ιδεών και την καινοτομία, ως επί το πλείστον σε τομείς που δε σχετίζονται με τις άμεσες εργασίες της εταιρίας.

• **Ποιος ο ρόλος της εξωγενούς Έρευνας & Ανάπτυξης στην επιχείρησή σας και τι μορφή έχει; Την αξιοποιείτε και πως την τροποποιείτε εσωτερικά ώστε να οδηγηθείτε σε νέα διαδικασία παραγωγής καινοτόμου προϊόντος;**

Απ: Αν και η τεχνολογική πλατφόρμα m-commerce μας αναπτύσσεται εξολοκλήρου εσωτερικά, είναι σημαντικός και ο ρόλος εξωγενούς έρευνας και τεχνολογίας που λειτουργεί σε ορισμένες περιπτώσεις υποστηρικτικά, ως υπόβαθρο στην ανάπτυξη και δημιουργία των προϊόντων. Στην παραγωγική διαδικασία χρησιμοποιούνται αποτελέσματα από έρευνες καταναλωτών (που πραγματοποιούνται από συνεργαζόμενες εταιρείες ερευνών, όπως π.χ. YouGov, Onum), που αποτυπώνουν τις επικρατούσες συνήθειες και ανάγκες των χρηστών, όσον αφορά στην κατανάλωση ψηφιακών υπηρεσιών μέσω κινητών συσκευών. Αξιοποιείται και παραμετροποιείται ώστε να προσαρμοστεί στις ανάγκες κάθε διαφορετικού προϊόντος ανάλογα με την αγορά στην οποία απευθύνεται.

• **Από που γίνεται αξιοποίηση εξωγενών-της επιχείρησης ιδεών;**

• **Σε ποιους πελάτες απευθύνεται η επιχείρηση και πως επιτυγχάνεται η ικανοποίηση του πελάτη ώστε να προσεγγίζεται ο σκοπός της εταιρίας;**

Απ: Η Επιχείρηση είναι B2B2C εταιρία, όπως προαναφέρθηκε. Πελάτες της είναι οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας με σκοπό την διάθεση των προϊόντων στον τελικό χρήστη, προμηθευτές ψηφιακών υπηρεσιών (digital service providers), καθώς και –έμμεσα- οι τελικοί καταναλωτές/ συνδρομητές των εταιριών κινητής. Οι τεχνολογίες προσαρμόζονται και βελτιστοποιούνται με την χρήση των data ώστε να ικανοποιούν και να καλύπτουν τις ανάγκες του χρήστη.

• **Ποιες είναι οι απαιτήσεις των πελατών σας και τι παράμετροι επηρεάζουν τις αποφάσεις τους;**

Απ: Αύξηση εσόδων των πάροχων κινητής τηλεφωνίας ώστε να διατηρούν ικανοποιημένους τους τελικούς χρήστες με την καλύτερη εξυπηρέτηση και με την

παροχή καινοτόμων υπηρεσιών που λαμβάνουν μέρος της καθημερινότητας τους ανταποκρινόμενα στις απαιτήσεις τους.

- **Που εστιάζετε και πως αξιολογείτε τα αποτελέσματα της εταιρείας σας; Με ποια κριτήρια εγκαταλείπετε έναν τομέα αν χρειαστεί; Υιοθετείτε διαφορετικά κριτήρια αξιολόγησης ανά χώρα;**

Απ: Με την αξιολόγηση των ψηφιακών δεδομένων που μαρτυρούν τις ανάγκες του τελικού χρήστη. Βάσει αποτελέσματος, συνεχώς επαναξιολογούνται και βελτιστοποιούνται οι εργασίες της εταιρίας.

- **Προσαρμόζονται οι τεχνολογίες ανάλογα με τις ανάγκες η προωθούνται μέσω διαφήμισης;**

Απ: Μέσω data που μαρτυρούν την ζήτηση και τις ανάγκες των πελατών μας.

- **Ποιο είναι το όραμα της επιχείρησής σας;**

Απ: Να αποτελέσει η πλατφόρμα μας την ηγέτιδα για το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω κινητών συσκευών στις αναδυόμενες αγορές με τεχνολογίες που βελτιστοποιούνται ώστε να καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών.

- **Ποια είναι η στρατηγική της εταιρείας; Παρακολουθεί τις τάσεις της αγοράς, στην τεχνολογία, τις αποδόσεις ανταγωνιστών;**

Απ: Η στρατηγική αφορά στην βελτιστοποίηση των προϊόντων με τεχνολογίες που να καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών ακολουθώντας τις βασικές αρχές όπως αναφέρθηκαν στην αρχή της συζήτησής μας. Παρακολουθούνται διαρκώς οι τάσεις της αγοράς και προσαρμόζονται ανάλογα.

Η εταιρία έχει διαχρονικά αναγνωριστεί με πολλαπλές βραβεύσεις. Η πιο πρόσφατη διάκριση ήρθε στα φετινά European Business Awards 2016/17, όπου συγκαταλέγει στις top 10 ευρωπαϊκές εταιρίες, ανεξαρτήτου κλάδου ή μεγέθους, στην κατηγορία “The ELITE Award for Growth Strategy of the Year”.

Τέλος, το βασικότερο κομμάτι της επιχείρησης είναι οι άνθρωποι της, η τεχνολογία της (με την ανάπτυξη πλατφόρμας in-house) η οργάνωση, η Έρευνα και η Ανάπτυξη για την ανάπτυξη της πλατφόρμας γίνεται κυρίως στην Ελλάδα, ευρεία παρουσία ανά τον κόσμο και τοπική γνώση της κάθε αγοράς που δραστηριοποιείται.

02 | ΠΟΛ(Η)ΤΙΣΜΟΣ: πως ο χρόνος και η διαστρωμάτωση των αφηγήσεων συνθέτουν το ψηφιδωτό της πολιτισμικής φυσιογνωμίας της συνοικίας Κουκάκι

Ελένη Βασιλάκη



Ε2 Αλέκος Κοντόπουλος, Αθήνα, 1954 πηγή: <http://www.nationalgallery.gr>

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Πόλη & Πολιτισμός.....	34
1.1 Πολ(η)τισμός.....	34
1.2 Υπόθεση εργασίας.....	35
1.3 Αφηγήσεις, ερωτήματα προς διερεύνηση	36
1.4 Προβληματισμοί & περιορισμοί	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Βαθιά γνωριμία με το Κουκάκι	38
2.1 Προς Κουκάκι	38
2.2 Ονοματοδοσία και πολιτισμός.....	39
2.3 'Αφηγήσεις'	41
2.4 Χρονικό νήμα και συσχετίσεις των αφηγήσεων	43
Κεφάλαιο 3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑΤΙΚΑ.....	48
3.1 Το τώρα... ..	48
3.2 Σκέψεις για το μέλλον.....	49
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	51

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στο πλαίσιο της εργασίας εξαμήνου, του μαθήματος *Χωρικές, οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές διαστάσεις της ανάπτυξης και του σχεδιασμού*, επέλεξα ως θέμα ερευνητικής εργασίας τις ΠΟΛ(Η)ΤΙΣΜΟΣ: πως ο χρόνος και η διαστρωμάτωση των αφηγήσεων συνθέτουν το ψηφιδωτό της πολιτισμικής φυσιογνωμίας της συνοικίας Κουκάκι. Κύρια αιτία ήταν η σημερινή κατάσταση της συνοικίας. Μια περιοχή με έντονες διαφοροποιήσεις (οικιστικές, κοινωνικές, εισοδηματικές), στο επίκεντρο της πολιτιστικής προβολής όχι μόνο λόγω θέσης, κάτω από τον ιερό λόφο της Ακρόπολης και στους πρόποδες του λόφου Φιλοπάππου, αλλά και εξαιτίας των ιδιαίτερων σημείων πολιτισμικού ενδιαφέροντος στο εσωτερικό της.

Παρόλα αυτά η διττή εικόνα που παρουσιάζει τώρα προδικάζει πως η ευημερία ενός μέρους της δεν διαχέεται στο σύνολο της έκτασής της. Η περιέργεια μερικές φορές μας οδηγεί σε ιδιαίτερους δρόμους και είμαι πολύ τυχερή που η δική βρήκε συμμάχους. Η εξέλιξη της περιοχής σε βάθος χρόνου, η προσπάθεια εύρεσης των στοιχείων που συνθέτουν την φυσιογνωμία της και ο προσδιορισμός της πολιτισμικής της χροιάς αποτελούν τα θέματα διαπραγμάτευσης της εργασίας. Η κύριες αφηγήσεις που παρουσιάζονται δίνουν σε συνδυασμό με τα γεγονότα μία σφαιρική εικόνα της συνοικίας Κουκάκι όχι σε μία μεμονωμένη στιγμή, αλλά στη διάρκεια των τελευταίων αιώνων.

Κατά τη διάρκεια της έρευνας για το θέμα, κύρια πηγή πληροφοριών εκτός από την βιβλιογραφική επισκόπηση βιβλίων και άρθρων, καθώς και η έρευνα ηλεκτρονικών άρθρων, ιστολογίων και επίσημων ηλεκτρονικών σελίδων οργανισμών όπως αναφέρονται στη βιβλιογραφία.

Λέξεις κλειδιά: πολιτισμός, πολιτισμική ταυτότητα, πολιτισμικός τουρισμός, Κουκάκι, Αθήνα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Πόλη & Πολιτισμός

Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο πραγματοποιείται μία σύντομη ανασκόπηση των κυρίων στοιχείων που οδήγησαν στην επιλογή του θέματος έρευνας. Αναλύονται οι παράγοντες που συνέβαλλαν στην επιλογή καθώς και οι αρχικές ιδέες ανάπτυξης του θέματος. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τόσο η αρχική υπόθεση έρευνας, όσο και τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία καλέστη να απαντήσει η παρούσα εργασία.

1.1 Πολ(η)τισμός

Ο πολιτισμός συνδέεται με την πόλη με τρόπους ποικίλους και έχει μείζονα σημασία όπως μαρτυρείται και από τη γλωσσολογική σύνδεση των δύο λέξεων. Ο όρος πολιτισμός αποδέχεται πολλές ερμηνείες και εδώ έγκειται η δυσκολία απόδοσης του ακριβούς νοήματος του. Κατά τη σημερινή ευρεία χρήση του όρου, αποτελεί ένα ολόκληρο πλαίσιο/έννοια-ομπρέλα που περιλαμβάνει άλλες όπως: γλώσσα, τέχνη, ήθη, έθιμα, παράδοση, φαγητό, θρησκεία, ένδυση, συμπεριφορά, σχέσεις κ.α.

Ο πολιτισμός αποτελεί όρο-ομπρέλα που περικλείει ποικίλες έννοιες και παρουσιάζει πολλές εκφάνσεις. Συνηθέστερες είναι η κουλτούρα, η πρόοδος με την έννοια των επιτευγμάτων, το σύνολο των πνευματικών δραστηριοτήτων (όπως η διανόηση, οι τέχνες) και η ταύτιση του όρου με τον σύγχρονο τρόπο ζωής. Γλωσσολογικά, η ετυμολογική ρίζα του όρου προέρχεται από τη λέξη πολίτης¹, γεγονός που υπογραμμίζει την άμεση σχέση των παραπάνω εννοιών με την κοινωνία και τον άνθρωπο. Με παρόμοια λογική ο όρος πολίτης, προέρχεται από τον όρο πόλις που σύμφωνα με την έννοια που έχει ως τις μέρες μας (πόλη), εκφράζει το οικιστικό σύνολο^{2, 3}.

¹ Γ. Μπαμπινιώτης, *Λεξικό για το σχολείο & το γραφείο*, σ.835, 2008

² Γ. Μπαμπινιώτης, *Λεξικό για το σχολείο & το γραφείο*, σ.834, 2008

³ Ε. Βασιλάκη, *Ο 'διάλογος' των νησίδων πολιτισμού και οι δυναμικές που αναπτύσσονται στο περιβάλλον τους*, σ.3



Ε2.1 ο όρος πολιτισμός και μερικές από τις εκφάνσεις του, ιδία επεξεργασία, Ε. Βασιλάκη, 2017

Η έννοια του πολιτισμού συνδέεται με την πόλη και πέραν από την ετυμολογική σύνδεση των δύο. Η ανάπτυξη πολιτιστικών δράσεων, η εξέλιξη των κοινωνικών συνθηκών (τέχνες, νοοτροπία, διανοήση, πρόοδος) απαιτούν ώσμωση ιδεών, πρακτικών και καινοτομιών, απαιτούν ουσιαστικά την ανθρώπινη ώσμωση. Η πόλη αποτελεί συναρπαστικό χώρο δράσης-σύνδεσης μεγάλου αριθμού ανθρώπων. Οι γρήγοροι ρυθμοί της, η ανεκτικότητα της σε νέες προσθήκες, η προσαρμοστικότητα και η ποικιλομορφία είναι από τα συνηθέστερα χαρακτηριστικά της.

Όλα τα παραπάνω σκιαγραφούν το ευνοϊκό πλαίσιο ύπαρξης και αύξησης των επιρροών του πολιτισμού στην επικράτεια της πόλης. Ειδικότερα στον ελλαδικό αστικό ιστό της Αθήνας, η ιστορία και η εξέλιξη, οι μνήμες και η καθημερινότητα, το παρελθόν και το παρόν, συντροφεύουν τους κατοίκους και τους επισκέπτες σε κάθε βήμα της περιήγησης τους και σε κάθε βλέμμα τους στον ορίζοντα.

1.2 Υπόθεση εργασίας

Συνεπώς η σύνδεση της πόλης με τον πολιτισμό είναι δεδομένη, όπως και ο διάλογος με πολιτισμικά στοιχεία σε καθημερινή βάση. Εντούτοις η πόλη **εξελίσσεται** ως ζωντανός οργανισμός. Η πορεία της πόλης είναι συνυφασμένη με τον **χρόνο**, καθώς ο τελευταίος είναι ο αυτόπτης μάρτυρας της πορείας της.

Όπως υποστηρίζει ο G. Santayana⁴, «Κάθε μεταβατική περίοδος είναι ένα διάλειμμα μεταξύ δυο μεταβατικών περιόδων», η συνέχεια των γεγονότων παραθέτει όλες τις πληροφορίες, ενώ στη μεμονωμένη επιλογή περιόδων ελλοχεύει ο κίνδυνος απώλειας πληροφοριών. Παρόλα αυτά σε κάθε ιστορία υπάρχουν οι χαρακτηριστικές στιγμές, οι οποίες αποτελούν ένα ικανό σημείο αναφοράς-παρουσίασης των πεπραγμένων μίας περιόδου. Στην παρούσα εργασία πραγματοποιείται μία προσπάθεια επίτευξης του προσδιορισμού των ιδιαιτέρων χαρακτηριστικών που συνθέτουν τη **πολιτιστική φυσιογνωμία** της περιοχής μελέτης, όχι με μερική

⁴ George Santayana, 1863-1952, Ισπανοαμερικανός φιλόσοφος

στόχευση στο σήμερα, αλλά σε συνεχή διάλογο με το χθες- καθώς η περιοχή διαμορφώνεται συνεχώς.

1.3 Αφετηρίες, ερωτήματα προς διερεύνηση

Όπως προικονομείται από τον τίτλο, οι ποικίλες αφηγήσεις συνδράμουν στην δημιουργία της πολιτισμικής φυσιογνωμίας της περιοχής. Η περιοχή μελέτης (Κουκάκι) είναι ένα **ψηφιδωτό** από στιγμές, πρόσωπα, δράσεις και απραξία. Ποιες είναι όμως εκείνες οι αφηγήσεις και οι χρονικές στιγμές που μπορούν να φωτογραφίσουν τα ιδιαίτερα πολιτισμικά⁵ (ή πολιτιστικά χαρακτηριστικά) είναι μερικά από τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας.

Καθότι ήδη έχει παρουσιαστεί η έννοια του πολιτισμού, κρίνεται σκόπιμη η παράθεση κάποιων εννοιών καθώς και η νοηματοδότηση τους στην παρούσα εργασία. Η ανάγκη προσδιορισμού του κόσμου γύρω μας, αλλά και οι συνδέσεις του, η περιγραφή και η ανάλυση του τροφοδοτούν τη φαντασία, ακονίζουν τη σκέψη των ανθρώπων και προάγουν τις επιστήμες. Η **ταυτότητα** ενός τόπου, σύμφωνα με τους Barke & Haggop το 1994, ερμηνεύει το αντικειμενικό στοιχείο στο οποίο ομοιάζει ο ίδιος. Μερικά χρόνια αργότερα, το 2002, οι Pritchard & Morgan ορίζουν ως ταυτότητα τη «*Σύνθεση, ιστορικών, κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών διεργασιών, που λαμβάνουν χώρα στο περιβάλλον των πόλεων*». Κυρίως όμως, ο όρος ταυτότητα (ή place/city branding) χρησιμοποιείται ως αναφορά στο ιστορικό παρελθόν των πόλεων και στα χαρακτηριστικά που παραδοσιακά τις χαρακτηρίζουν. Όμως η πόλη είναι ζώσα πραγματικότητα η εικόνα της, το γίνεσθαι της βρίσκεται υπό συνεχή διαμόρφωση. Για αυτό το λόγο, στο πλαίσιο της εργασίας επιλέχθηκε ο όρος **φυσιογνωμία** όπου περιλαμβάνει το συνδυασμό όλων των επιμέρους χαρακτηριστικών που εντοπίζονται στο Κουκάκι και συμβάλουν στην διαμόρφωση της πολιτισμικής του κατάστασης, (έως σήμερα).

Ορίζοντας το κύριο ερευνητικό ερώτημα που αφορά στα στοιχεία σύνθεσης της φυσιογνωμίας της καθώς και στο προσδιορισμό των χαρακτηριστικών της, προέκυψε η ανάγκη προσδιορισμού τους βάσει αρχικά από το ποιος τα προσδιορίζει ως χαρακτηριστικά, ποιος επηρεάζεται από τον εκάστοτε προσδιορισμό και έπειτα αν είναι μοναδικά, αν είναι παγιωμένα χαρακτηριστικά ή εξελίξιμα και αν αποτελούν στο σύνολό τους μία ταυτότητα ή περισσότερες.

Ακολουθώντας με τον παραπάνω επαγωγικό συλλογισμό προέκυψε η ανάγκη αποτύπωσης των επιπέδων αφήγησης που συνθέτουν την πολιτισμική φυσιογνωμία της σε πολλαπλά επίπεδα σχετικά με την τοπικότητα αλλά και τη δικτύωση της

⁵ Όσον αφορά στην παρούσα εργασία ο όρος *πολιτισμικός* αναφέρεται σε ότι 'φέρει' πολιτισμό, πολιτισμικά στοιχεία και ο όρος *πολιτιστικός* θα προσδιορίζει δράσεις, πολιτιστικού ενδιαφέροντος

περιοχής (μικρή & μεγάλη κλίμακα), τις πολιτικές αποφάσεις αλλά και τις ατομικές διεκδικήσεις και φυσικά με καταλύτη το χρόνο (παρελθόντας-παρόντας-μέλλοντας). Η ιστορική -χρονική εξέλιξη & οι χρονικές τομές που σήμαναν αλλαγές, αλλά είχαν πολιτιστικό προσανατολισμό οφείλουν να παρατεθούν. Γρήγορα έγινε κατανοητό ότι οι **πολιτικές αποφάσεις** επηρέασαν και συνεχίζουν να επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη διάχυση του πολιτισμού στο Κουκάκι. Ταυτόχρονα ο παράγοντας **κάτοικος** λειτουργεί ως ψηφίδα που διαμορφώνει την πολιτισμική φυσιογνωμία του Κουκακίου, ως δρών σε καθημερινή βάση. Ακόμη και ο **επισκέπτης** αφήνει αποτύπωμα στη περιοχή, ωστόσο μετά την αποχώρηση του από την περιοχή υπάρχουν κάποια στοιχεία που φωτογραφίζουν τι είναι αυτό που σηματοδοτεί το Κουκάκι στη θύμησή του. Ένα επιπλέον εύλογο ερώτημα είναι η σχέση Κουκάκι και Αθήναι, ιδιαίτερα το πως το Κουκάκι ενσωματώνεται ή/και ενσωματώνει τη πολιτισμική ταυτότητα της πόλης (μακροσκοπική προσέγγιση).

1.4 Προβληματισμοί & περιορισμοί

Παράλληλα με τα ερωτήματα γεννήθηκαν και προβληματισμοί που με τη σειρά τους διαμόρφωσαν περιορισμούς ως προς την έρευνα. Αρχικός στόχος ήταν ο προσδιορισμός της ταυτότητας της περιοχής, εγχείρημα το οποίο σχετικά νωρίς θεωρήθηκε ανέφικτο ως προς την έγκαιρη ολοκλήρωσή του στο χρονικό πλαίσιο της εργασίας και επιλέχθηκε ο προσδιορισμός των χαρακτηριστικών της πολιτισμικής φυσιογνωμίας (βλ. παρ. 1.3). Στη συνέχεια στο στάδιο της έρευνας πεδίου, σημειώθηκαν πολλές αντικρουόμενες προσλαμβάνουσες και οπτικές για την περιοχή μελέτης από προσωπικές μαρτυρίες και ερευνητικές τοποθετήσεις, όπου δεν υπήρξε σαφώς διαχωρισμός ή κάποιο κοινό χαρακτηριστικό ώστε να προκύψει σαφής ομαδοποίηση των απαντήσεων (π.χ. κάτοικοι ή επιχειρηματίες)

Η διττή σύγχρονη εικόνα της περιοχής όπου παρουσιάζεται έντονη ανάπτυξη (στο τομέα πολιτισμού και αναψυχής) αλλά ταυτόχρονα και θρύψη, με πολλές των περιπτώσεων να συνορεύουν οι δύο αντιφατικές εικόνες⁶, υπήρξε βασικός προβληματισμός, αλλά και ένας από τους λόγους επιλογής της συνοικίας Κουκάκι. Ο προσδιορισμός χαρακτηριστικών γνωρισμάτων σε μία περιοχή με ποικίλα και αντιφατικά στοιχεία είναι ακόμη πιο περίπλοκο ερευνητικό πλαίσιο. Μία πιθανή πρόβλεψη για τη πολιτισμική μελλοντική ύπαρξη της περιοχής, αλλά και την αντιπροσώπευση σε αυτή, του κοινωνικού-πολιτισμικού πυρήνα της είναι προς διερεύνηση. Είναι τελικά η φυσιογνωμία της περιοχής άρρηκτα δεμένη με τους κατοίκους; Ή ελλοχεύει ο κίνδυνος μονοθεματικής ανάπτυξης της περιοχής με κύριο τομέα ανάπτυξης τον τουρισμό (και πολιτισμικό τουρισμό⁶) και ποιες διαφαίνονται

⁶ Χ. Λινάρδου, *Πολιτιστικός τουρισμός-εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, www.repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3468/1032.pdf, Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτιστικό – περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις,

να είναι οι συνέπειες; Σε αυτό το στάδιο ερευνάται και το αν η εικόνα της περιοχής στον κυβερνοχώρο επηρεάζει την φυσιογνωμία της διαμορφώνοντας μία α priori ταυτότητα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Βαθιά γνωριμία με το Κουκάκι⁷

Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη διαδικασία επιλογής περιοχής μελέτης. Λήφθηκαν υπόψη οι μετασχηματισμοί που παρατηρήθηκαν σε όλη την ιστορική εξέλιξη της περιοχής που συνδέονται άμεσα με τη διαμόρφωση της πολιτισμικής φυσιογνωμίας της, δημογραφικά στοιχεία και φωτογραφικό υλικό, στοιχεία επιτόπιας παρατήρησης και αποστάγματα προσωπικών συνεντεύξεων καθώς φυσικά και στοιχεία της βιβλιογραφικής επισκόπησης.

2.1 Προς Κουκάκι

Το Κουκάκι είναι περιοχή με αναγνωρίσιμη κεντρικότητα. Κομμάτι του κεντρικού τομέα Αθηνών και του Δήμου Αθηναίων, συνορεύει με τις συνοικίες: Πετράλωνα, Ακρόπολη, Νέο Κόσμο και Καλλιθέα. Διατρέχεται από τη Λεωφόρο Συγγρού και τη Καλλιρόης είναι από τις παλαιότερες συνοικίες της πόλης. Στα βόρεια συναντά την οδό Διονυσίου Αρεοπαγίτου και το λόφο της Ακρόπολης, ενώ αναπτύσσεται στους πρόποδες του λόφου Φιλοπάππου. Η συγκοινωνία της περιοχής εξυπηρετείται πολύ καλά από τα ΜΜΜ (μετρό, τραμ, τρόλεϊ και λεωφορεία).

Ταυτόχρονα έχει αναγνωρίσιμη ιστορικότητα, βρίθκει από «ιστορικές μαρτυρίες (εντός της και στα σύνορα της), λόφος της Ακρόπολης, αρχαιολογικός χώρος στη διασταύρωση των οδών Φαλήρου και Πετμεζα, τον αρχαιολογικό χώρο Ολυμπίου, το λόφο Φιλοπάππου κ.α., μνημεία σύγχρονων και νεότερων χρόνων (διατηρητέα κτήρια) και αρχαιολογικά ευρήματα. Έχει αποτελέσει χώρο δράσης και διαμονής

θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO)

⁷ Σήμερα ως Κουκάκι περιγράφονται οι συνοικίες: Κουκάκι, Φιλοπάππου, Γαργαρέττα/ Βεΐκου

καλλιτεχνών για πολλές δεκαετίες που έχουν αφήσει το στίγμα τους στην σύγχρονη ιστορία.»⁸ . Τα αποτυπώματα της ιστορίας της περιοχής είναι ευδιάκριτα καθώς περιβάλλεται από τοπία-περιοχές-τοπόσημα πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Θα μπορούσε να ειπωθεί πως λόγω και του λόφου Φιλοπάππου συνδυάζει το Κουκάκι τη σύγχρονη ανάπτυξη και το φυσικό κάλλος.

Επιπλέον το Κουκάκι φιλοξενεί σήμερα δύο Εθνικά Μουσεία παγκόσμιας εμβέλειας. Το νέο Μουσείο Ακρόπολης και το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (ΕΜΣΤ) το οποίο για 50 χρόνια θα φιλοξενείται στο ανακαινισμένο και με νέα διαμόρφωση πρώην εργοστάσιο ζυθοποιίας Φιξ. Μόνο από το μουσείο Ακρόπολης στα 8 χρόνια λειτουργίας του 11 εκατομμύρια επισκέπτες έχουν περάσει τις πύλες του. Αυτό το διάστημα η documenta⁹ φιλοξενείται στην Αθήνα με τίτλο *μαθαίνουμε από την Αθήνα*, και τοποθετείται η πόλη στο κέντρο του παγκόσμιου πολιτιστικού ενδιαφέροντος

Αναλύοντας την ιστορική εξέλιξη της περιοχής συμπεραίνει κανείς ότι η περιοχή ακολούθησε τις κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές της εκάστοτε περιόδου (π.χ βιοτεχνίες, αντιπαροχή) και η ανάπτυξη της συνδέθηκε (συνδέεται) με τον πολιτισμό (με πλουραλισμό σε χρονικές φάσεις και εντάσεις).

2.2 Ονοματοδοσία και πολιτισμός

Σήμερα ως Κουκάκι νοούνται οι συνοικίες Φιλοπάππου, Κουκάκι και Γαργαρέττα/Βεϊκού που ορίζονται ως σύνολο βάσει των περιγραφών της παραγράφου 2.1. Αρχικά η συνοικία Φιλοπάππου που αναπτύσσεται στους πρόποδες του λόφου των Μουσών/ Φιλοπάππου, ονομάσθηκε έτσι από την εγγύτητά της στο ταφικό μνημείο (114-116μ.Χ) του Φιλοπάππου¹⁰, που ήταν ύπατος της Αθήνας και είχε χρηστεί και Αθηναίος πολίτης, όπου βρίσκεται στην κορυφή του λόφου των Μουσών ή αλλιώς Μουσείον.

Το 2013 καταγγελία κατοίκου σχετικά με την ονομασία 'Κουκάκι' σε δημοτικά έγγραφα προς το τμήμα Δημοτικού Ιστορικού Αρχείου, φώτισε και την ονομασία της δεύτερης συνοικίας. Αναφέρεται στην απάντηση¹¹ του τμήματος Δημοτικού Ιστορικού Αρχείου πως «[...]δεν βρέθηκαν στοιχεία που να δικαιολογούν την ετυμολογική προέλευση της εν λόγω ονομασίας ("Κουκάκι", ως ουδέτερο

⁸ Ε. Βασιλάκη, *Ο 'διάλογος' των νησίδων πολιτισμού και οι δυναμικές που αναπτύσσονται στο περιβάλλον τους*, σ.7

⁹ <http://www.documenta14.de/gr/>

¹⁰ Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού, Μνημείο Φιλοπάππου
http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=892

¹¹τμήμα Δημοτικού Ιστορικού Αρχείου, *Καταγγελία για την ονομασία "Κουκάκι" σε δημοτικά έγγραφα*, <https://www.cityofathens.gr/symparastatis/node/742>

υποκοριστικό του οσπρίου "κουκί" ή "Κουκάκη" προς τιμή του ήρωα της Ελληνικής Επανάστασης του 1821 Μηχαήλ Κουκάκη, όπως αναφέρει ο καταγγέλλων.)». Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στον χάρτη των Αθηνών του Αθανασίου Γεωργιάδη ("Πίναξ Αθηνών", δημοσιευμένος στο βιβλίο του Ελ. Σκιαδά "Οι συνοικίες των Αθηνών. Η πρώτη επίσημη διαίρεση (1908)", σ.130), όπου η ευρύτερη συνοικία φέρει την ονομασία Φιλοπάππου, καθώς και στην Πράξη του Δημοτικού Συμβουλίου (υπ' αρ. 705/26-05-1943, *περί εγκρίσεως υπάρχόντων ονομάτων των οδών & πλατειών της πόλης*) όπου ονοματίζεται η πλατεία Κουκάκη. Το τμήμα απήντησε πως η ονομασία Κουκάκη ή Κουκάκι, προήλθε μετά τη πρώτη δεκαετία του 1950 και παρέπεμψε τον καταγγέλλοντα στο βιβλίο των Μάρω Βουγιούκα - Βασίλης Μεγαρίδης, *"Κουκάκι, Φιλοπάππου, Γαργαρέττα"* (εκδ. Φιλιππότη, Αθήνα 2006, σ.11). Στο συγκεκριμένο βιβλίο αναφέρεται πως η περιοχή πήρε το όνομά της από τον πρώτο κάτοικο, τον εργοστασιάρχη σιδερένιων κρεβατιών Γ. Κουκάκη¹².

Στο ίδιο βιβλίο, σχετικά με την ονομασία της συνοικίας Γαργαρέττα αναφέρεται ότι πιθανότητα οφείλεται στην ιταλική οικογένεια Gargaretta που είχε κτήματα στην περιοχή, όπως παραθέτει και ο Δ. Καμπουρόγλου¹³. Η εκδοχή που θέλει πιθανότητα τη συνοικία να ονομάστηκε έτσι λόγω τρεχούμενων γάργαρων νερών θεωρείται αστεία από τους συγγραφείς. Η συνοικία Γαργαρέττα συναντάται και ως Βεϊκου, λόγω της ομότιτλης οδού που τη διασχίζει. Η Βεϊκου ονομάσθηκε προς τιμή του σουλιώτη σπλαρχηγού Λάμπρου Βεϊκου, αγωνιστή του 1821, ο οποίος έχασε τη ζωή του μαχόμενος στη μάχη του Αναλάτου ή Φαλήρου το 1827.

Ακόμη και στην ονομασία της περιοχής η ιστορία της και ο πολιτισμός που φέρει αποτυπώνονται ευδιάκριτα.



¹² Μ. Βουγιούκα – Β. Μεγαρίδης, *Κουκάκι, Φιλοπάππου, Γαργαρέττα*, σ.11

¹³ Δ. Γρ. Καμπουρόγλου, *Μνημεία της ιστορία των Αθηνών, Α' τόμος*.



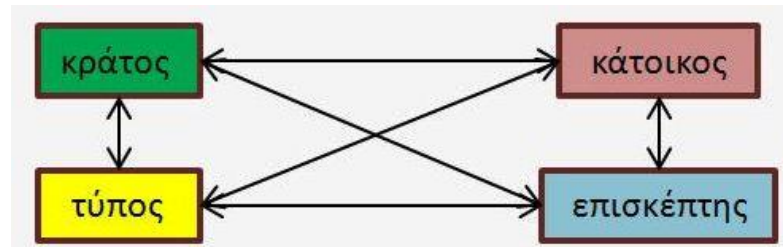
E2.2, E2.3 Χάρτες 1,2 Πηγή: Κουκάκι-Φιλοπάππου-Γαργαρέττα (2006)

2.3'Αφηγήσεις'

Ήδη από το προηγούμενο κεφάλαιο (βλ. παρ. 1.3,1.4), έχει αναφερθεί ότι κατά την διαδικασία επεξεργασίας των πληροφοριών με σκοπό την ανάλυση των χαρακτηριστικών της περιοχής και την εύρεση της πολιτισμικής της φυσιογνωμίας, κρίθηκε απαραίτητος ο προσδιορισμός των κυρίαρχων αφηγήσεων και έγινε αναφορά στις περισσότερες από αυτές. Κατά την πρόοδο της έρευνας προσδιορίστηκαν τέσσερεις (4) διαφορετικοί τύποι **κυρίαρχων αφηγήσεων**: κράτος-τύπος-κάτοικος-επισκέπτης με διαφορετικό μέγεθος δυναμικής (επέμβαση-διάρκεια) οι οποίες αλληλοεπηρεάζονται και δημιουργούν αθροιστικά αποτελέσματα. Αν και υπάρχουν διαβαθμίσεις/υποκατηγορίες των 4 κυρίαρχων αφηγήσεων (π.χ. μαθητής εργαζόμενος στην περιοχή, κ.α.), εντούτοις υιοθετήθηκε μια μέση οδός στην παρουσίασή τους, επικεντρωμένη στις καθολικές ελευθερίες κινήσεων, συμμετοχής και εμπλοκής.

- **Κράτος:** πολιτικές αποφάσεις, νομοθετήσεις, χωροταξικές ρυθμίσεις κ.α.
- **Τύπος:** η συμμετοχή της 4ης εξουσίας στη διαμόρφωση της πολιτισμικής 'εικόνας' της περιοχής

- **Κάτοικος:** η οπτική του κάτοικου, η δράση του, η συμμετοχή στη κοινωνική-πολιτιστική ζωή και τα ίχνη του.
- **Επισκέπτης:** πως και ο επισκέπτης συμβάλλει ουσιαστικά (ως ψηφίδα) στη δημιουργία της φυσιογνωμίας της περιοχής.



E2.4 Αλληλεπιδράσεις κυρίαρχων τύπων αφηγήσεων, ίδια επεξεργασία

Οι τέσσερις κυρίαρχοι τύποι αφηγήσεων επηρεάζουν την πολιτισμική φυσιογνωμία της συνοικίας Κουκάκι, διαμορφώνοντας τα χαρακτηριστικά της πολιτισμικά/πολιτιστικά γνωρίσματα. Παρουσιάζουν ωστόσο διακυμάνσεις και διαφορετική δυναμική ειδικά στους τομείς της επέμβασης και τις διάρκειας. Ακολουθούν μερικά σύντομα παραδείγματα ώστε να παρουσιαστούν αυτές οι διαφοροποιήσεις.

Από την περιγραφή των κυρίαρχων αφηγήσεων είναι εμφανές πως το κράτος ως αφηγητής διαμορφώνει ένα πλαίσιο δράσεων το οποίο έχει διάρκεια, ανεξαρτήτως συνοχής, αλλά και άμεση εφαρμογή. Στις δράσεις που επηρέασαν τη πολιτισμική διάσταση της συνοικίας είναι σαφέστατα η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων, η δημιουργία του νέου Μουσείου ακρόπολης καθώς και η εγκατάσταση του Εθνικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης στο πρώην εργοστάσιο ΦΙΞ. Τα δύο εθνικά μουσεία βρίσκονται επί της ίδιας οδού (υπάρχει πλάνο για πεζοδρόμηση της οδού Φαλήρου, ώστε να συνδέονται μεταξύ τους, εξυπηρετώντας τους επισκέπτες) και συμμετέχουν σε ένα δίκτυο χώρων πολιτισμού. Ταυτόχρονα η λεωφ. Συγγρού συνδέει το Κουκάκι και το ΕΜΣΤ με το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος στο Φάληρο. Υπάρχουν όμως και πιο μικρές κινήσεις που οδήγησαν σταδιακά στην αλλαγή παραγωγικού προσανατολισμού της συνοικίας με σημαντική το κλείσιμο επιχειρήσεων συνεργειών σε κεντρικές οδούς του Κουκακίου. Η σημερινή εικόνα της περιοχής έχει δώσει ευκαιρίες σε χώρους πολιτισμού όπως σχολές τέχνης, θέατρα, μουσικές σκηνές, αθλητικές σχολές και σε χώρους αναψυχής, όπως cafe, επιχειρήσεις με πρόχειρο γεύμα.

Τα τελευταία χρόνια ο έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος προωθεί τις πολιτιστικές βιομηχανίες της περιοχής, την ιστορικότητά της, αλλά διαφημίζει και το Κουκάκι ως

την καλύτερη επιλογή για βραδινή έξοδο και διασκέδαση. Η αύξηση της επισκεψιμότητας από κατοίκους Αθηνών και ξένους επισκέπτες έχει αυξηθεί αισθητά. Η ηλεκτρονική παρουσία, στίγμα χρηστών του internet στην περιοχή αυξάνεται σταθερά κυρίως σε χώρους πολιτισμού, αλλά και μία σαφώς μικρότερη αύξηση παρατηρείται σε χώρους αναψυχής.

Σε μια περιοχή με αντιθέσεις, μια περιοχή δύο ταχυτήτων όπως έχει χαρακτηριστεί, ο πιο βεβαρημένος παράγοντας είναι ο κάτοικος. Δρών ή παρατηρητής στις μεταλλαγές της γειτονιάς του, συνεχίζει ή μαθαίνει να επιβιώνει μέσω αυτών. Πως γίνεται η προσαρμογή, και ποια στοιχεία είναι αυτά που ο ίδιος αναγνωρίζει ως τομές στην καθημερινότητά του, δεν μπορεί να αποσαφηνιστεί πλήρως γιατί οι απαντήσεις των ερωτηθέντων παρουσίαζαν μεγάλες αντιθέσεις. Η μονοθεματική ανάπτυξη στον τουρισμό, ακόμη και αν είναι στον πολιτιστικό τουρισμό, προβληματίζει όσους δραστηριοποιούνται σε άλλους τομείς καθότι είναι επισφαλής, αφού εξαρτάται από τις ασταθείς διεθνείς και εθνικές συνθήκες. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δηλώνει χαρούμενη που σε μεγάλο ποσοστό η συνοικία βρήκε από ζωή και κίνηση και μπορεί να διατηρήσει στοιχεία γειτονιάς και σταθερότητας σε ένα κόσμο που αλλάζει συνεχώς. Μπορεί ο κάτοικος να φαίνεται πως ωχριά ως αφηγητής σε διάρκεια καθότι είναι πεπερασμένες οι κινήσεις του στο χρόνο, αλλά σε μια συνοικία με πολλούς ντόπιους κατοίκους, μια συνοικία που από το 1940 συγκέντρωνε οικογένειες και συνταξιούχους, η δράση του ενός μέλους μιας οικογένειας συνεχίζει και πέρα από τη διάρκεια της ζωής του, μέσω των απογόνων του. Αξίζει να υπογραμμιστεί εδώ πως οι σύλλογοι των κατοίκων και ειδικότερα του Φιλοπάππου είναι τόσο δραστήριοι, μαχόμενοι για πολιτιστικά αγαθά ελεύθερα σε όλους. Χάρη σε τέτοιους κατοίκους επιτεύχθηκε η απόφαση του ΣτΕ για ελεύθερη ανοιχτή πρόσβαση στο μνημείο-πάρκο των λόφων Φιλοπάππου (Μουσών & Αστεροσκοπείου). Ο κάτοικος μπορεί να κάνει τη διαφορά με τις δράσεις του.

Ολοκληρώνοντας τα παραδείγματα, ο επισκέπτης είναι σίγουρα εκείνος που επισκέπτεται σύντομα και ίσως σημειακά την περιοχή. Μπορεί να είναι κάτοικος εξωτερικού, Ελλάδας ή Αθήνας, αποτελεί όμως τον σύνδεσμο και τη ζωντανή προώθηση της περιοχής αφού μέσα από τα μάτια του και τις διηγήσεις του παρουσιάζεται εκείνη. Και αυτός με τη σειρά του διαμορφώνει τη φυσιογνωμία της. Ο επισκέπτης αλληλεπιδρά με τον κάτοικο, ενδέχεται να ελκύεται από τον τύπο και σίγουρα επηρεάζεται από τις κρατικές πολιτικές (π.χ. ΜΜΜ, προώθηση, πολιτιστικός τουρισμός κ.α.)

2.4 Χρονικό νήμα και συσχετίσεις των αφηγήσεων

Ο πολιτισμός δρα εδώ και δεκαετίες ως καταλύτης στην εξέλιξη του Κουκακίου και αναδιαμορφώνει σε μεγάλο ποσοστό την (ολική) ταυτότητα της συνοικίας. Στη

σύντομη ιστορική επισκόπηση διαφαίνεται πως η διαστρωμάτωση των αφηγήσεων δεν είναι απομονωμένες, αλλά σχετίζονται δημιουργώντας αθροιστικά αποτελέσματα.

Την περίοδο της προϊστορίας η περιοχή θεωρείται ακατοίκητη, εντούτοις σε ανασκαφή το 1965 επί της οδού Δημητρακοπούλου, ανακαλύφθηκαν Μυκηναϊκοί τάφοι. Παρόμοια ευρήματα υπήρξαν και στις οδούς Μπότσαρη, Γ.Ολυμπίου & Μείντάνη.

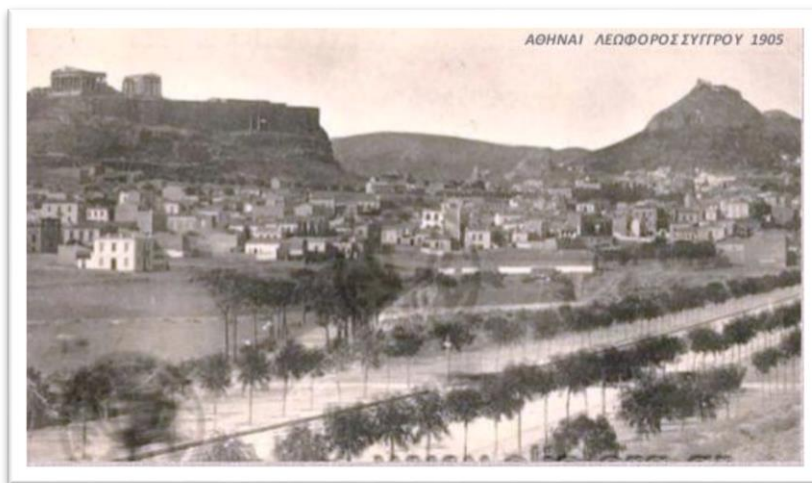
Κατά τους ιστορικούς χρόνους αν και η περιοχή ήταν εκτός των τειχών της πόλης, αρχαιολογικά ευρήματα μαρτυρούν χρήσεις στην περιοχή (αγγεία, ταφές κ.α.). Τα τείχη από το λόφο των Μουσών (Φιλοπάππου) έφταναν ως τους Στύλους του Ολυμπίου Διός και στη γωνία των οδών Φάληρου & Σπύρου Δοντά υπήρχε η 'Αλαδέ' (προς θάλασσα) Πύλη που οδηγούσε στο Φάληρο. Επίσης έχουν βρεθεί πρωτοβυζαντινά ευρήματα στη διασταύρωση των οδών Φαλήρου & Πετμεζιά. Ιδιαίτερο εύρημα αποτελεί και η λεγόμενη Κολόνα της Λάκκας, η οποία έχει εναποποθετηθεί, αφού ανασκάφηκε ολόκληρη.



E2.5 Αρχαιολογικός χώρος Φαλήρου & Πετμεζιά, 2016, προσωπικό αρχείο

Την περίοδο 1800-1900 η περιοχή βρισκόταν εκτός της πόλης και ήταν αγροτική περιοχή. Στην Επανάσταση 1821-1827, η περιοχή Γαργαρέττα αποτέλεσε τα μετόπισθεν των συγκρούσεων με λειτουργίες ανεφοδιασμού κ.α.. Το Σπήλαιο στους πρόποδες του λόφου Φιλοπάππου λειτούργησε ως οπλοστάσιο, (παλαιό τοπωνύμιο *Σπηλιά Πολέμου*). Μετά το 1834 αργά και σταθερά επήλθε η εποίκηση των ελεύθερων εκτάσεων, όπως και σε άλλες περιοχές της Αθήνας. Το 1880 πραγματοποιείται η χάραξη της λεωφόρου Συγγρού και οι αρχικές χαράξεις οδών, πλατειών και οικοδομικών τετραγώνων. Εγκατάσταση επαγγελματικών χρήσεων (βυρσοδεψία τοπωνύμιο *Ταμπάκικα στη σημερινή Παιδική Χαρά κ.α.*). Από το 1887 έως το 1909 ο ατμοκίνητος τροχιόδρομος εξυπηρετεί το επιβατικό κοινό. Το έτος 1893 ιδρύεται το εργοστάσιο ζυθοποιίας ΦΙΞ στη λεωφόρο Συγγρού (βιομηχανική ανάπτυξη της περιοχής, αύξηση κατοίκων)

Κουκακίου και εγκαινιάζεται ο κινηματογράφος *Πρωτεύς* (οδό Ζίννη) και *Πανελλήνιον*, που είναι σημερινός κινηματογράφος *Μικρόκοσμος*.



E2.8 Λεωφ. Συγγρού, 1905 αρχείο ΕΛΙΑ

Η δεκαετία που ακολούθησε (1940-1950) χαρακτηρίζεται από Αντίσταση και κακουχίες. Μέτρα προστασίας εφαρμόζονται, όπως σκάψιμο ορυγμάτων (ζικ ζακ διαδρομών στους ανοιχτούς χώρους) και μετατροπή υπογείων σε καταφύγια. Οι μαθήτριες πλέκουν ρούχα για τους αγωνιστές του Αλβανικού μετώπου και οι μαθητές βοηθούν στο Ταχυδρομείο. Το σινεμά πιο αραιά προσφέρει κάποια προσωρινή έξοδο από τη πραγματικότητα. Η ανέχεια οδηγεί σε πωλήσεις σπιτιών σε εξευτελιστικές τιμές την περίοδο της κατοχής (1949 νόμος προστασίας «οι πωλήσαντες επί Κατοχής»). Η αντίσταση δέχεται γερμανικά αντίποινα όπως η πυρπόληση Παλαιών Σφαγείων και πολλές εκτελέσεις και θάνατοι μεταξύ αυτών η εκτέλεση 6 νέων επονητών το 1944. Υπάρχει πέτρινη στήλη εις μνήμην τους στο Περιβολάκι που ονομάζεται πλέον Περιβολάκι Εθνικής Αντίστασης. Το Κουκάκι στα Δεκεμβριανά ήταν «προκεχωρημένη ζώνη». Μετά τα Δεκεμβριανά, παρατηρείται προσπάθεια κανονικότητας (π.χ. ίδρυση Πετοσφαιρικού Ομίλου Κουκακίου, άνοιγμα σχολείων). Το 1945 ξεκινά η ασφαλτόστρωση οδών με χαμήλωμα στάθμης τους που οδηγεί τα προπολεμικά σπίτια να προσθέσουν σκαλοπάτια στην είσοδό τους.

Την περίοδο 1950-1960 υπάρχουν αλλαγές. Η εμφάνιση τρόλλευ (1953) και το θέατρο Δόρα Στράτου ένα χρόνο αργότερα είναι μερικές. Το 1955 κτίζεται η πρώτη μεταπολεμική πολυκατοικία (Βεϊκου&Γ.Ανδρούτσου) η *οικιστική επανάσταση* φέρνει αλλαγές στην παλαιές συνοικίες και τη πληθυσμιακή σύνθεση της περιοχής. Στο τέλος 1950 με 1960 η αντιπαροχή οδηγεί σε ταχεία οικοδόμηση. Το μπάζωμα ορυγμάτων, ακόμη και με κονσέρβες για την ισοπέδωση και δημιουργία *Γηπέδου και Παιδικής χαράς* ανοίγει νέες ευκαιρίες. Την περίοδο αυτή ξεκινά η κατασκευή γεφυρών στον Ιλισό και ο εγκιβωτισμός της κοίτης του. Τα χρόνια 1954-1958 ξεκινά μια σειρά επεμβάσεων στο λόφο Φιλοπάππου, όπως ανασυλώσεις του μνημείου, κατασκευή

οδού προσπέλασης, πλακόστρωτο Δ. Πικιώνη (διατηρητέο μνημείο αρχιτεκτονικής UNESCO) εκτεταμένες δενδροφυτεύσεις κ.α.

Τα χρόνια της χούντας των στρατιωτικών, σηματοδοτούν μαύρες μέρες για όλες τις περιοχές, φοβικές. Αλλαγές στον τομέα του πολιτισμού δρομολογούνται. Η λογοκρισία και το ανέβασμα συγκεκριμένων δράσεων με στόχο τον αποπροσανατολισμό του κοινού είναι καθημερινότητα. Η δημιουργία του υπουργείου πολιτισμού όσο παράδοξο και αν είναι συμβαίνει αυτή την περίοδο. Αναγκαστικές συνενώσεις αθλητικών σωματείων πραγματοποιούνται με αποτέλεσμα τη ένωση της ομάδας του Κουκακίου Δόξα Αθηνών με τον Φοίβο Νέου Κόσμου, υπό νέο όνομα αυτό του Θριάμβου. Το 1978, β' γενιά τρόλλευ εμφανίζεται, 2 χρόνια μετά η εναέρια γέφυρα επάνω από την Καλλιρρόης και ο κινηματογράφος *ΜΙΤΣΙ* είναι γεγονός. Σταθερά από το 1987 ο πολιτισμός παρουσιάζεται ως *βασική ελληνική βιομηχανία και εξαγωγίμο προϊόν* (Μ. Μερκούρη. Το 1988 η απομάκρυνση συνεργειών κ.α. από οδούς του Κουκακίου & απομάκρυνση της ζυθοποιίας ΦΙΞ (*Έγκριση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου Δήμου Αθηναίων*, ΦΕΚ Αριθ 255/45, 4-2-1988, αρ.φ.80, σ.1023) αλλάζει τα δεδομένα της τοπικής κοινωνίας. Η ενοποίηση αρχαιολογικών χώρων (1996) σκοπεύει την ενίσχυση της αναπτυξιακής πολιτικής με λάβαρο τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό.

Ο πολιτισμός συνεχίζει από το 2000 έως σήμερα να συμβάλει σε μεγάλο ποσοστό στο ΑΕΠ της χώρας μας. Έργα αναστύλωσης και στην Ακρόπολη η ολοκλήρωση της ενοποίησης των αρχαιολογικών χώρων, τα εγκαίνια νέου Μουσείου Ακρόπολης (2009) οδηγούν σε σταδιακή αύξηση εγκατάστασης επαγγελματιών στο τομέα του πολιτισμού, ειδικότερα σε γκαλερί μετά τα εγκαίνια του μουσείου και σε αναμονή των εγκαινίων του ΕΜΣΤ στο πρώην εργοστάσιο ΦΙΞ, στο Κουκάκι. Σήμερα το Κουκάκι παρουσιάζεται ως περιοχή με ταχύτατη αύξηση επισκεψιμότητας στο τομέα της αναψυχής από τα ΜΜΕ. Αύξηση επισκεπτών στην περιοχή λόγω πολιτιστικού ενδιαφέροντος και της επίσκεψής τους στο Μουσείο Ακρόπολης είναι ο κύριος, δεν είναι όμως ο μοναδικός λόγος. Το 2017 με την έναρξη της πλήρους λειτουργίας του Εθνικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης (πρώην εργοστάσιο ΦΙΞ) το οποίο φιλοξενεί και την έκθεση *documenta* προσελκύει πλήθος επισκεπτών. Η έκθεση φιλοξενήθηκε σε πολλούς φορείς πολιτισμού και ελεύθερους χώρους (π.χ. Μουσείο Ακρόπολης, ΕΜΠ, Ωδείο Αθηνών, Βυζαντινό Μουσείο κλπ). Εν έτη 2017 ο πολιτισμός και ειδικότερα ο **πολιτιστικός τουρισμός** αποτελεί το βασικό πυρήνα αναπτυξιακής πολιτικής της Αθήνας (προτάσεις και σχέδιο δράσης Δ.Αθηναίων). Η ζήτηση προσωρινών ενοικιάσεων στην περιοχή (airbnb) του Κουκακίου είναι πιο υψηλή από ποτέ.



Οδός Φαλήρου, προσωπικό αρχείο Νοέμβριος 2016



Οδός Πορίνου, προσωπικό αρχείο Νοέμβριος 2016



προσωπικό αρχείο Νοέμβριος 2016

E2.9 Κουκάκι, προσωπικό αρχείο

Κεφάλαιο 3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑΤΙΚΑ

3.1 Το τώρα...

Το Κουκάκι ως κεντρική περιοχή ακολουθούσε τις οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις, όπως συνοπτικά η περίοδος της αντιπαροχής, η εκβιομηχάνιση, η αποβιομηχάνιση, η στροφή προς των τριτογενή τομέα παραγωγής και πιο πρόσφατα η στρατευμένη ανάπτυξη/δημιουργία πολιτιστικών βιομηχανιών στο πλαίσιο της κρατικής πολιτικής οικονομικής ανάπτυξης με τόνωση του πολιτισμικού τουρισμού . Αποτυπώματα των περιόδων αυτών είναι διάσπαρτα σε όλη την περιοχή μερικά εκ των οποίων ανθίζουν στη σύγχρονη πραγματικότητα και πολλά ψυχορραγούν ακριβώς αντίκρυ.



E2.10 Κουκάκι, προσωπικό αρχείο

Έχει ωστόσο και αναγνωρίσιμο ιστορικό πλαίσιο το οποίο δεν φωτίζεται ούτε προωθείται ισόποσα και αφορά στη πιο σύγχρονη ιστορία, στην άυλη πολιτισμική

κληρονομιά που αφήνεται στη λήθη. Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως ο κάτοικος δεν είναι απλά ο θεατής των εξελίξεων, αλλά δημιουργεί το περιβάλλον του όπως για παράδειγμα οι επαγγελματίες 1920-1960 που αποτελούν μέρος της παράδοσης του τόπου. Ειδικά για το Κουκάκι που ακόμη και στο σύνολό τους τα ονόματα των επιμέρους συνοικιών του προέρχονται από κατοίκους και σημαντικές μορφές που προσέφεραν στο τόπο τους, ο κάτοικος πρέπει να είναι ο βασικός πυρήνας ο άμεσος αποδέκτης και σύμβουλος στην αναπτυξιακή πολιτική της περιοχής του. Σήμερα οι κάτοικοι παρουσιάζουν διχασμένη γνώμη σχετικά με τη σημερινή εικόνα της γειτονιάς τους καθότι νιώθουν ότι δεν μετέχουν στα μέγιστα των δυνατοτήτων τους ή κωλύονται σε κάποιες περιπτώσεις.

Είναι λογικό πως ο επισκέπτης (τακτικός ή όχι, σε ομαδικές ξεναγήσεις ή αυτόνομα) επισκέπτεται σημειακά το Κουκάκι καθώς οι κρατικές κινήσεις επιλεκτικά τόνωσαν συγκεκριμένους τομείς (ανάπτυξη πολιτιστικού τουρισμού) έναντι κάποιων άλλων (ελάττωση απασχόλησης σε βιοτεχνίες). Ο τύπος επηρεάζει τον απόμακρο επισκέπτη περισσότερο από εκείνον που ενδέχεται να ενημερωθεί από κάποιον γνωστό του. Βραχυπρόθεσμα όπως φοβούνται κάποιοι κάτοικοι, ελλοχεύει ο κίνδυνος μονοθεματικής ανάπτυξης της περιοχής με κύριο τομέα ανάπτυξης τον τουρισμό, ο κίνδυνος *θεματοποίησης* της γειτονιάς τους (και μια ζώσα περιοχή απέχει πολύ από την εικόνα ενός θεματικού πάρκου).

3.2 Σκέψεις για το μέλλον

Α και ο στόχος ήταν να βρεθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά δεν νομίζω ότι επιτεύχθει καθότι δεν δημιουργήθηκε κάποια λίστα με αυτά. Ωστόσο η εμπάθυνση σε αυτό το ταξίδι στο χρόνο και την ιστορία της συνοικίας μου έδειξε ότι σίγουρα μία περιοχή δεν περιγράφεται ολοκληρωτικά από την αναπτυξιακή πολιτική. Ελπίζω ο φόβος των πεσιμιστικών κατοίκων ότι πλέον η περιοχή τους είναι σαν όλες τις Αθήνας και δεν ξεχωρίζει σε κάτι να μην επιβεβαιωθεί και η περιοχή τους να συνεχίσει να πλάθετε πρωτίστως από τους ίδιους.

Η προστασία του πολιτιστικού και γιατί όχι το εργατικού και κοινωνικού πλουραλισμού, προς αποφυγή της μονοθεματικής ανάπτυξης και η ένταξη όλων των εκφάνσεων του πολιτισμού που εμφανίζει η περιοχή στην αναπτυξιακή πολιτική της με στοχευόμενες κινήσεις θα μπορούσε να οδηγήσει σε ουσιαστική δικτύωση δράσεων με συμμετοχή κατοίκων και εργαζομένων της συνοικίας προς ένα καλύτερο μέλλον, με περισσότερες ευκαιρίες ειδικά εν μέσω κρίσης.

Η προτροπή για εναλλακτικές ξεναγήσεις ώστε να γίνει παρελθόν η σημειακή επίσκεψη στη περιοχή και να αντικατασταθεί με βαθιά γνωριμία με την περιοχή, την ιστορία, την πορεία, τα πρόσωπα και το παρόν της είναι σημαντικό. Ο *τουρισμός που*

δεν πληγώνει είναι το επιθυμητό για πολλούς κατοίκους και για πολλές ενεργές ομάδες στο Κουκάκι.

Καταλήγοντας το πιο ουσιαστικό είναι να παρθούν ευέλικτα μέτρα αποφυγής μετατροπής της συνοικίας Κουκάκι σε περιοχή 2 ταχυτήτων όπου ανάπτυξη και η εγκατάλειψη θα είναι αδελφωμένες. Παραφράζοντας τον Τζ. Κένεντι, είναι σημαντικό το ΑΕΠ δείχνει -μετράει τα πάντα στην κοινωνία μας, εκτός από αυτά που αξίζει να δεις.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Massey D., *A Global Sense of Place*, 1994

Βαΐου Ντ., *Ανάπτυξη μεθοδολογικών εργαλείων για τη συγκριτική έρευνα της γειτονιάς σε μεγάλες πόλεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, Αθήνα-ΕΜΠ-Σχολή Αρχιτεκτόνων-Τομέας Πολεοδομίας –Χωροταξίας, Πρόγραμμα Ενίσχυσης Βασικής Έρευνας «Λεύκιππος»

Βουγιούκα Μ., Μεγαρίδης Β., *Κουκάκι, Φιλοπάππου, Γαργαρέττα*, 2006, εκδ. Φιλίπποτη

Έγκριση Γενικού Πολεοδομικού Σχεδίου Δήμου Αθηναίων, ΦΕΚ Αριθ 255/45, 4-2-1988, αρ.φ.80, σ.1023

www.organismosathinas.gr/External%20files/%CE%93%CE%95%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%91%20%CE%A0%CE%9F%CE%9B%CE%95%CE%9F%CE%94%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%91/%CE%91%CE%B8%CE%AE%CE%BD%CE%B1%CF%82%20%CE%A6%CE%95%CE%9A%2080%20%CE%94%201988.pdf

Ζήβας Δ. Α., *Τα μνημεία και η πόλη*, Αθήνα, 1991

Η. Ιωακείμογλου, *Αυτό δεν είναι μία πόλη: Για έναν μαρξικό ορισμό της πόλης*, 2014 www.barikat.gr/content/ayto-den-einai-mia-poli-gia-enan-marxistiko-orismo-tis-polis

Καμπουρόγλου Δ. Γρ, *Μνημεία της ιστορία των Αθηνών*, Α' τόμος.

Λινάρδου Χ., *Πολιτιστικός τουρισμός-εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, www.repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3468/1032.pdf

Μπαμπινιώτης Γ., *Λεξικό για το σχολείο & το γραφείο*, 2008

Αρθρογραφία www.vice.com/gr/article/to-na-zeis-sto-koukaki-simainei

Αρθρογραφία www.naftemporiki.gr/story/1194288/ethniko-mouseio-sugchronis-texnis-sta-deka-kalutera-nea-mouseia-tou-kosmou

Haviland W. A., Prins H. E. L., McBride B., Walrath D., *Cultural Anthropology: The Human Challenge*

03 | Αστική Πολιτιστική Πολιτική και «αναζωογόνηση» της πόλης:

Το παράδειγμα του κέντρου της Αθήνας.

Στεφάνια Κωνσταντοπούλου



Φωτογραφία εξωφύλλου: Προσωπικό αρχείο, Στεφάνια Κωνσταντοπούλου

Περιεχόμενα

I. Στόχος της έρευνας.

II. Βασικές συνιστώσες της πολιτιστικής ανάπτυξης και πολιτικής.

III. Οι λόγοι της κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό τομέα.

IV. Πολιτιστική πολιτική: βασικές αρχές.

V. Πολιτιστικός προγραμματισμός.

VI. Ελληνική πολιτιστική πολιτική. Η εξέλιξη της κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό τομέα.

VII. Αστική πολιτιστική πολιτική.

VIII. Η ελληνική πραγματικότητα. Το γεγονός της μετακίνησης της Εθνικής Βιβλιοθήκης και της Εθνικής Λυρικής Σκηνής από το κέντρο της πόλης.

IX. Το «νέο» κέντρο της Αθήνας. Η «νέα» Αττική.

X. Αντί επιλόγου .

Στόχος της έρευνας

Βασικός σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση των παραμέτρων, που συνθέτουν το σύγχρονο σύστημα της πολιτιστικής ανάπτυξης και πολιτικής, όπως αυτό διαμορφώθηκε στη θεωρητική του σύλληψη αλλά και την πρακτική του εφαρμογή.

Κεντρικός άξονας είναι η ανάδειξη της πολιτιστικής συνιστώσας, ως σημαντικού στοιχείου της αναπτυξιακής διαδικασίας. Η έρευνα επικεντρώνεται στη δημιουργία του Κέντρου Πολιτισμού από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος και την ταυτόχρονη απομάκρυνση της Εθνικής Λυρικής Σκηνής και της Εθνικής Βιβλιοθήκης από το κέντρο της Αθήνας.

Παρά το γεγονός ότι η έρευνα επικεντρώνεται στην ελληνική πραγματικότητα δεν μπορούμε να αμφισβητήσουμε πως η εγχώρια πραγματικότητα και τα γεγονότα που την προσδιορίζουν επηρεάζονται ή και εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το διεθνές, κυρίως, ευρωπαϊκό γίγνεσθαι. Στο πλαίσιο αυτό, η ανάδειξη της πολιτιστικής συνιστώσας, ως σημαντικού στοιχείου της αναπτυξιακής διαδικασίας στην καθολική της μορφή, στον διεθνή χώρο αποτελεί υποχρεωτικά την αρχή της έρευνας.

Ειδικότερα, προσδιορίζονται οι βασικές έννοιες του πολιτιστικού συστήματος, οι στρατηγικοί σκοποί της πολιτιστικής πολιτικής, τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την πραγμάτωσή της και οι φορείς διοίκησης.

Η ελληνική πολιτιστική διοίκηση και πολιτική αποτελεί το επόμενο μέρος, που θα απασχολήσει την παρούσα εργασία. Σκιαγραφούνται οι κύριοι σταθμοί της κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό τομέα και περιγράφονται συνοπτικά οι αρμοδιότητες και οι δράσεις των αντίστοιχων φορέων, με στόχο να αναδειχθούν οι τρόποι και οι λόγοι της κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό κλάδο. Το μέρος αυτό συμπληρώνεται με την ειδική μορφή της πολιτιστικής πολιτικής για τα αστικά κέντρα.

Έχοντας αρχικά αναλύσει τις διεθνείς εξελίξεις, και στη συνέχεια έχοντας εμβαθύνει στην ελληνική περίπτωση και τέλος έχοντας αναζητήσει τις μορφές πολιτιστικής πολιτικής ειδικότερα για τα αστικά κέντρα, η έρευνα 'προσγειώνεται' και επικεντρώνεται σε άμεση συσχέτιση με όλα τα παραπάνω στο γεγονός της δημιουργία του Κέντρου Πολιτισμού του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος και την ταυτόχρονη απομάκρυνση της Εθνικής Λυρικής Σκηνής και της Εθνικής Βιβλιοθήκης από το κέντρο της Αθήνας και την μετεγκατάστασή τους στο Κέντρο Πολιτισμού.

Στο πλαίσιο των παραπάνω ζητημάτων επιχειρούνται να διερευνηθούν ερωτήματα σχετικά με την άσκηση της πολιτιστικής πολιτικής στο σύγχρονο καπιταλιστικό περιβάλλον, τους τρόπους με τους οποίους χρησιμοποιείται, προσεγγίζεται ή παρουσιάζεται η πολιτιστική κληρονομιά των πόλεων, αλλά και το ρόλο και το δικαίωμα των ανθρώπων ως προς την απόλαυση ή τον περιορισμό τους στον πολιτισμό σύμφωνα με τις επίσημες πρακτικές για την πολιτιστική πολιτική.

Βασικές συνιστώσες της Πολιτιστικής Ανάπτυξης και Πολιτικής

Στο εισαγωγικό κεφάλαιο, εξετάζουμε δύο θέματα που σχετίζονται μεταξύ τους και αποτελούν αναγκαίο υπόβαθρο γνώσεων για την ανάπτυξη των επόμενων κεφαλαίων. Τα θέματα αυτά αναφέρονται:

- στη σταδιακή συνειδητοποίηση της σημασίας της πολιτιστικής ανάπτυξης και της σχέσης της με τη συνολική αναπτυξιακή διαδικασία, γεγονός που οδήγησε στη συστηματική κρατική παρέμβαση στις ευρωπαϊκές χώρες και
- στην οριοθέτηση των βασικών εννοιών της πολιτιστικής πολιτικής και του πολιτιστικού προγραμματισμού.

Η πραγμάτευση των παραπάνω θεμάτων είναι αναγκαστικά συνοπτική και δεν επιτρέπει μία βαθύτερη διείσδυση σε ορισμένα θεωρητικά προβλήματα που προκύπτουν από την παρέμβαση του κράτους στον πολιτιστικό τομέα.

Οι λόγοι της κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό τομέα.

Η συστηματική παρέμβαση του κράτους για την υποστήριξη του πολιτιστικού τομέα και την ευρεία διάδοση των πολιτιστικών αναγκών αποτελεί φαινόμενο του δεύτερου μισού του 20^{ου} αιώνα. Μέχρι τότε κυριαρχούσε η αντίληψη, ότι η ενασχόληση με τις τέχνες ήταν προνόμιο κυρίως των εύπορων και μορφωμένων τάξεων. Κατά συνέπεια η πολιτεία παρενέβαινε ενισχυτικά (π.χ. με την ίδρυση και λειτουργία θεάτρων, μουσείων, μουσικών ιδρυμάτων, βιβλιοθηκών κ.α.), όταν το απαιτούσαν οι ανάγκες των τάξεων αυτών ή όταν οι ιθύνοντες θεωρούσαν την προώθηση των πολιτιστικών θεμάτων ως ευκαιρία προβολής και αύξησης του κύρους τους.

Αλλαγή στις καθιερωμένες ως τότε αντιλήψεις για τη σημασία των πολιτιστικών δραστηριοτήτων σημειώνεται μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Η αρχή γίνεται το 1946 με την ίδρυση της Ουνέσκο (Unesco), της εκπαιδευτικής, επιστημονικής και πολιτιστικής οργάνωσης των Ηνωμένων Εθνών, που αναλαμβάνει να μεριμνήσει, εκτός των άλλων και για θέματα πολιτισμού¹⁵. Ακολουθεί αμέσως μετά η Διακήρυξη των δικαιωμάτων του Ανθρώπου το 1948, όπου σε ειδικό άρθρο τονίζεται για πρώτη φορά ότι «ο καθένας δικαιούται να συμμετέχει ελεύθερα στην πολιτιστική ζωή της κοινότητας, να απολαμβάνει τις τέχνες και να μετέχει στην επιστημονική πρόοδο και τα αγαθά της αποτελέσματα» (βλ. Παράρτημα). Επισημαίνεται, επομένως, ότι οι πολιτιστικές δραστηριότητες δεν πρέπει να εξακολουθήσουν να εκλαμβάνονται ως πολυτέλεια προορισμένη μόνο για τα προνομιούχα κοινωνικά στρώματα, αλλά είναι ανάγκη να αποτελέσουν για όλους κοινωνικό δικαίωμα, την παροχή του οποίου οι πολίτες μπορούν να αξιώσουν από το κράτος.

Ένας άλλος διεθνής, ή μάλλον ευρωπαϊκός οργανισμός, που ιδρύεται την ίδια εποχή (1949), το Συμβούλιο της Ευρώπης, περιλαμβάνει επίσης ανάμεσα στους τομείς δράσης του και εκείνον του πολιτισμού. Μάλιστα, στην Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Σύμβαση (European Cultural Convention), που καταρτίζεται και υπογράφεται υπό την αιγίδα του οργανισμού αυτού το 1954, τονίζεται το καθήκον του κάθε κράτους, το οποίο την επικυρώνει, να προωθεί την μελέτη των γλωσσών, της ιστορίας και του πολιτισμού όλων των ευρωπαϊκών χωρών.

Παράλληλα, στις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες εμφανίζεται, σποραδικά στην αρχή, συχνότερα όμως στη συνέχεια, ο όρος πολιτιστική ανάπτυξη. Η εμφάνισή του συνδέεται με τις οικονομικές μεταβολές που σημειώθηκαν τότε στις περισσότερες χώρες. Η ιδέα της ανάπτυξης, δηλαδή της οικονομικής μεγέθυνσης και της τεχνολογικής προόδου, αποτέλεσε τον κορυφαίο σκοπό των οργανωμένων δυνάμεων της κοινωνίας. Ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες προσχώρησαν στην ιδέα της ανάπτυξης θεωρώντας την ως μονόδρομο για την ανάκαμψη της οικονομίας των χωρών εκείνων που είχαν υποστεί τα δεινά του πολέμου, αλλά και ως μοναδικό μέσο επίλυσης των κάθε είδους προβλημάτων των χωρών του Τρίτου Κόσμου.

Γρήγορα, ωστόσο, διαπιστώθηκε ότι οι στρατηγικές της ανάπτυξης, που υιοθετήθηκαν και βασίστηκαν κυρίως στην ποσοτική και υλική ανάπτυξη, είχαν μεν ικανοποιητικά αποτελέσματα σε αρκετές χώρες ως προς την αύξηση της παραγωγής και της

¹⁵ Βιβλιογραφικά, παρουσιάζεται ως ο «θεραπευτικός» ρόλος της πολιτιστικής κληρονομιάς (βλ. Maskell, 2008). Έχοντας ενεργοποιηθεί από την εποχή της ίδρυσης της Unesco μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο με σκοπό την πρόληψη τόσο της υλικής, όσο και της πολιτισμικής καταστροφής των λαών, η ιδέα της πολιτιστικής κληρονομιάς ως διάσωση συνδέθηκε έμμεσα με την έννοια της «θεραπείας» που ακολουθεί τραυματικά γεγονότα και καταστάσεις ακραίας βίας. Σύμφωνα με την θεραπευτική ιδιότητα του πολιτισμού «τα αντικείμενα έχουν σημασία» και το νόημά τους δεν συνιστά απλώς ένα πολιτισμικό κατασκεύασμα. Το ζήτημα είναι ποιος ή τι θεραπεύεται, από ποιον και με ποια επιδιωκόμενα και μη επιδιωκόμενα αποτελέσματα.

παραγωγικότητας, την ανάπτυξη της τεχνολογίας, την άνοδο του βιοτικού επιπέδου κ.λπ., δημιούργησαν όμως και πολύ αρνητικές καταστάσεις, που επέβαλαν την επανεξέταση της έννοιας της ανάπτυξης. Έτσι, μετά την εμπειρία δύο δεκαετιών προώθησης των αναπτυξιακών διαδικασιών στις βιομηχανικές χώρες, έγινε φανερό ότι η πρόοδος στον οικονομικό τομέα, που συνοδεύεται όμως από την παραμέληση της ποιοτικής (πολιτιστικής και κοινωνικής) διάστασης της ανάπτυξης, προκάλεσε νέα προβλήματα. Τα προβλήματα αυτά σχετίζονται με την αλόγιστη χρήση των πλουτοπαραγωγικών πηγών και την υποβάθμιση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, με την έλλειψη «ποιότητας ζωής» και ανθρώπινων σχέσεων στα αστικά κέντρα, με την πολεοδομική αναρχία και την καταστροφή μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς, που θεωρήθηκαν ως τροχοπέδη στην ανάπτυξη και θυσιάζονται εν ονόματι της οικονομικής «αξιοποίησής» τους κ.α. Οι κυβερνήσεις των χωρών αυτών, επομένως, άρχισαν να συνειδητοποιούν την ανάγκη επιδίωξης μιας ολοκληρωμένης, πολυδιάστατης και όχι μονομερούς ανάπτυξης («ανάπτυξη με ανθρώπινο πρόσωπο») και να προβληματίζονται για το πώς η πολιτιστική διάσταση μπορεί να ενσωματωθεί σε αναπτυξιακά σχέδια και προγράμματα με τέτοιο τρόπο, ώστε να μεγιστοποιηθούν οι πιθανότητες επιτυχίας τους.

Οι αναπτυσσόμενες χώρες βρέθηκαν αντιμέτωπες με άλλου είδους προβλήματα. Η επιδίωξη της γρήγορης μετάβασης από την παραδοσιακή αγροτική κοινωνία στη σύγχρονη «βιομηχανική», με την εφαρμογή φιλόδοξων προγραμμάτων μαζικής ραγδαίας εκβιομηχάνισης, οδήγησαν αρκετά συχνά στην χωρίς επιφυλάξεις υιοθέτηση ενός ξένου (δυτικού) πολιτιστικού προτύπου και στην παραμέληση ή και απόρριψη των παραδοσιακών πολιτιστικών αξιών τους, που θεωρήθηκαν οπισθοδρομικές και, κατά συνέπεια, εμπόδιο στον εκσυγχρονισμό και την πρόοδο. Ο κίνδυνος να εξαλειφθεί η ιδιαίτερη πολιτιστική ταυτότητα των λαών τους συνειδητοποιήθηκε πλέον και άρχισαν να αντιλαμβάνονται τη σημασία της ύπαρξης μιας σταθερής και βιώσιμης πολιτιστικής βάσης για την αναπτυξιακή διαδικασία και να επιδιώκουν το συνδυασμό της οικονομικής προόδου με το σεβασμό των δικών τους πολιτιστικών αξιών, την ενεργοποίηση της εσωτερικής δύναμης των κοινωνιών τους και την ενίσχυση της δημιουργικότητας. Έτσι η προστασία και προβολή της εθνικής πολιτιστικής ταυτότητας απέκτησε προτεραιότητα στις επιδιώξεις των αναπτυσσόμενων χωρών, αφού άλλωστε θεωρήθηκε ότι η ταυτότητα αυτή τους επέτρεπε να σταθεροποιήσουν και την πολιτική ανεξαρτησία, την οποία πρόσφατα είχαν επιτύχει.

Επιπλέον, από τα τέλη της δεκαετίας του '60 και κυρίως τη δεκαετία του '70 και έπειτα από συστηματικό ενδιαφέρον της επιστημονικής έρευνας συγκεντρώθηκε στη σχέση οικονομίας και πολιτιστικών δραστηριοτήτων και σταδιακά έγινε

αποδεκτό πως ο πολιτιστικός παράγοντας σχετίζεται με την παραγωγική και τη συνολικότερη αναπτυξιακή διαδικασία.¹⁶

Μελέτες μακροοικονομικού χαρακτήρα αποκάλυψαν τη σημαντικότητα της συνεισφοράς, της πολιτιστικής ανάπτυξης, στη διαδικασία της οικονομικής ανάπτυξης. Οι μελέτες αυτές έδειξαν μάλιστα ότι, εκτός από την τεχνική κατάρτιση και εξειδίκευση, η πνευματική καλλιέργεια και η γενική παιδεία είναι από τους κύριους συντελεστές της παραγωγής. Η πολιτιστική ανάπτυξη, δηλαδή, αποτελεί το πλαίσιο μέσα στο οποίο μορφοποιούνται οι απόψεις του πληθυσμού και η στάση του ως προς τις τεχνολογικές μεταβολές και την καινοτομία. Διαπιστώθηκε, έτσι, πως η άνοδος της πολιτιστικής στάθμης του πληθυσμού συμβάλει στη διεύρυνση του πεδίου της επικοινωνίας και ενισχύει την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης, των δημιουργικών πρωτοβουλιών, καθώς και την προσαρμοστικότητα στους συνεχείς και ραγδαίους μετασχηματισμούς της κοινωνικοοικονομικής πραγματικότητας. Κατά συνέπεια, βελτιώνει την ποιότητα του εργατικού δυναμικού και αυξάνει την παραγωγικότητα. Έτσι, οι μακροοικονομικές επενδύσεις στην εκπαίδευση, την κουλτούρα και την έρευνα, μολονότι είναι δύσκολο να αποτιμηθούν ποσοτικά, συνιστούν στην πραγματικότητα επενδύσεις στην οικονομία και πρέπει να αποτελούν τμήμα του γενικού αναπτυξιακού σχεδιασμού.

Άλλες μελέτες διερεύνησαν το θέμα των επιδράσεων των πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε μικροοικονομικό επίπεδο. Σε ορισμένες περιπτώσεις (π.χ. πολιτιστικής βιομηχανίες) οι θετικές επιδράσεις αποδείχθηκαν μετρήσιμες (νέες επιχειρήσεις, αύξηση απασχόλησης, ύψος της επένδυσης). Σε άλλες περιπτώσεις, όπου οι επιδράσεις δεν μπορούν να μετρηθούν σε μονάδα ποσοτικού προσδιορισμού, οι μελέτες έδειξαν ότι οι πολιτιστικές δραστηριότητες μπορεί να δημιουργήσουν ελπιδοφόρες ενέργειες με οικονομικό αποτέλεσμα. Η εγκατάσταση, για παράδειγμα, ενός μουσείου σε μία περιοχή μπορεί να δώσει ώθηση στην ανάπτυξη άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας (π.χ. επιχειρήσεις τουρισμού και αναψυχής στην περίμετρό του) ενισχύοντας έτσι την τοπική οικονομία με αύξηση των θέσεων απασχόλησης, της αγοράς αγαθών κ.λπ. Σε ορισμένες μάλιστα περιοχές, όπου αναπτύχθηκαν πυρήνες καινοτόμων επιχειρήσεων (π.χ. Τεχνοπόλεις), οι πολιτιστικές δραστηριότητες συνετέλεσαν στην προσέλκυση νέων επενδύσεων και εξειδικευμένων επιστημόνων για τη στελέχωση επιχειρήσεων και ερευνητικών κέντρων.

Για τους παραπάνω λόγους, καθώς και άλλους, κοινωνικούς και πολιτικούς, έγινε πλέον αποδεκτό πως η έννοια της ανάπτυξης έπρεπε να γίνει ευρύτερη, βαθύτερη και περισσότερο ανθρωποκεντρική, πως η πολιτιστική ανάπτυξη έπρεπε να πάρει θέση δίπλα στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη με τις οποίες να

¹⁶ Η αρχή έγινε με το βιβλίο των W. Baumol και W. Bowen, *Performing Arts: the economic dilemma* (New York, 1966).

συμπορεύεται και πώς αρκετές φορές η πολιτιστική ανάπτυξη έπρεπε να προηγηθεί, ως απαραίτητη προϋπόθεση για τις άλλες δύο. Υποστηρίχθηκε μάλιστα από ορισμένους η υπεροχή της πολιτιστικής ανάπτυξης απέναντι στην οικονομική. Χαρακτηριστική είναι η άποψη του διάσημου Γάλλου οικονομολόγου Fr. Perroux στο βιβλίου του *A new concept of development* (Paris, 1983) ότι «κάθε άνθρωπος και κάθε κοινωνία αναζητούν τη σημασία του προορισμού τους: και αυτή είναι ο πολιτισμός» και ότι «οι πολιτιστικές αξίες είναι εκείνες από τις οποίες εξαρτώνται τα οικονομικά φαινόμενα και οι θεσμοί».

Καθοριστική σημασία για την περαιτέρω εξέλιξη της κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό τομέα υπήρξε η *Παγκόσμια Διακυβερνητική Διάσκεψη για τις Θεσμικές, Διοικητικές και Οικονομικές Απόψεις της Πολιτιστικής Πολιτικής*, γνωστή ως *Διάσκεψη της Βενετίας*, που οργάνωσε η Ουνέσκο το 1970. Σε αυτή τονίστηκε εμφαντικά ότι το «δικαίωμα στην κουλτούρα» ήταν θεμελιώδες δικαίωμα κάθε πολίτη και ότι οι κρατικές αρχές όφειλαν να αναλάβουν την ευθύνη να παράσχουν στους πολίτες τα μέσα για την άσκηση αυτού του δικαιώματος.

Έτσι, βαθμιαία αρχίζει να γίνεται αντιληπτή η ανάγκη επέκτασης της κρατικής παρέμβασης και στον πολιτιστικό χώρο, όχι μόνο για τη διευκόλυνση της πολιτιστικής λειτουργίας, καθώς διευρυνόταν η απαίτηση των πολιτών για απόκτηση και απόλαυση πολιτιστικών αγαθών, αλλά και για την προώθηση της πολιτιστικής δημιουργίας, καθώς ο δημιουργός βρέθηκε υποχρεωμένος να απευθύνεται στο κοινωνικό σύνολο και να το εκπροσωπεί. Η πολιτιστική δημιουργία οφείλει, επομένως, να επιταχύνει τον ρυθμό της και για να το επιτύχει χρειαζόταν όλο και πιο εκτεταμένη και ευρύτερη υποστήριξη από την κοινωνία ή την πολιτεία. Σε διάφορες χώρες δημιουργήθηκαν, έτσι, ισχυρές πιέσεις για κρατική παρέμβαση στον πολιτιστικό τομέα με την ανάληψη εκ μέρους των κυβερνήσεων της ευθύνης για την προώθηση των πολιτιστικών δικαιωμάτων των πολιτών τους.

Η κρατική παρέμβαση εκδηλώθηκε τόσο στον τομέα των θεσμών, όσο και του *προγραμματισμού*. Αρκετές χώρες προχώρησαν, λοιπόν, στη συγκέντρωση των διάσπαρτων υπηρεσιών, των σχετικών με τα πολιτιστικά θέματα σε ένα κεντρικό φορέα, συνήθως υπουργείο Πολιτισμού ή Γενική Διεύθυνση σε υπουργείο Εκπαίδευσης, που ανέλαβε την συστηματική οργάνωση του πολιτιστικού χώρου και το σχεδιασμό και την εφαρμογή μιας συνολικής και μακροπρόθεσμης πολιτικής, βασισμένη στη γενική θεώρηση των σχετικών προβλημάτων. Έπειτα άρχισαν πλέον να εντάσσουν τα πολιτιστικά προγράμματα στο πλαίσιο των γενικών προγραμμάτων οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης. Παράλληλα, ορισμένες χώρες φρόντισαν επίσης να συμπεριλαμβάνουν στο σύνταγμά τους ειδικές διατάξεις για θέματα πολιτιστικής ανάπτυξης.

Έτσι, η περίοδος της εμπειρικής και περιστασιακής επέμβασης της πολιτείας στον πολιτιστικό χώρο έδωσε τη θέση της στην περίοδο του κρατικού παρεμβατισμού στο χώρο αυτό.

Πολιτιστική Πολιτική: Βασικές αρχές.

Στην προσπάθεια ορισμού της πολιτιστικής πολιτικής σκόπιμο είναι να αρχίσουμε από έναν προσδιορισμό, ο οποίος ισχύει για κάθε πολιτική, υπό τη μορφή γενικού ορισμού και αναφέρεται κυρίως στη νεότερη εφαρμοσμένη πολιτική, η οποία έχει διαμορφωθεί κατ' αυτό τον τρόπο, λόγω της σύνδεσής της με την άσκηση κυβερνητικής πολιτικής. Σύμφωνα με τον Girard (1983:171) «πολιτική είναι ένα σύστημα τελικών στόχων και μέσων που επιδιώκονται από μια ομάδα και εφαρμόζονται από μια αρχή».

Όσο αφορά στη πολιτιστική πολιτική, ο Fabrizio (1981:383) αναφέρει ότι αποτελείται από συγκλίνουσες συλλογικές πράξεις, που στοχεύουν στην επίτευξη ορισμένων σκοπών με τον προγραμματισμό της χρήσης ορισμένων πόρων. Ο ορισμός αυτός είναι αόριστος και γενικός. Γι' αυτό παραθέτουμε τον ορισμό, που περιλαμβάνεται στην πρώτη έκδοση της Ουνέσκο σχετικά με θέματα πολιτιστικής πολιτικής (Unesco 1969:8), όπου τονίζεται ότι η «πολιτιστική πολιτική, στη γενική έννοια του όρου, είναι σύνολο κοινωνικών πρακτικών, συνειδητών και διακριβωμένων, παρεμβάσεων ή μη παρεμβάσεων που έχουν στόχο την ικανοποίηση κάποιων πολιτιστικών αναγκών με την υπέρτατη δυνατή χρήση όλων των υλικών και ανθρώπινων πόρων, που μία δεδομένη κοινωνία διαθέτει, σε μία ορισμένη στιγμή. Ακόμη η πολιτική αυτή πρέπει να καθορίζει κάποια κριτήρια της πολιτιστικής ανάπτυξης και να συνδέει τον πολιτισμό με τη διαμόρφωση της προσωπικότητας και της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης».

Από τους πρόσφατους ορισμούς ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει εκείνος που διατυπώνεται σε Έκθεση του Συμβουλίου της Ευρώπης (Council of Europe 1977:33) και αφορά το συνολικό πλαίσιο που περιλαμβάνει τα μέτρα, που παίρνει το κράτος σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο για τον πολιτιστικό τομέα. Η πολιτική αυτή απαιτεί το σαφή καθορισμό των σκοπών και των απαραίτητων μηχανισμών για τον σχεδιασμό, την εφαρμογή και την αξιολόγησή της.

Ένας απλούστερος αλλά περιεκτικός ορισμός που θα διευκολύνει ίσως περισσότερο τη δημόσια διοίκηση στην άσκηση και στην εφαρμογή της πολιτιστικής πολιτικής, στην πρακτική της διάσταση είναι ο παρακάτω:

«Πολιτιστική πολιτική είναι ένα σύστημα σκοπών, μέσων και φορέων που συνδυάζονται σε ένα πρόγραμμα για να επιτευχθεί η ενίσχυση και η διάδοση του

πολιτιστικού φαινομένου μιας κοινότητας για μια δεδομένη χρονική περίοδο». (Κόνσολα, 2006)

Όταν η πολιτιστική πολιτική έχει πεδίο εφαρμογής της ολόκληρη τη χώρα, τότε προσδιορίζεται ως Εθνική Πολιτιστική Πολιτική. Η πολιτική που αφορά σε μια μικρότερη χωρική μονάδα, δηλαδή μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή ή πόλη χαρακτηρίζεται ως *Περιφερειακή* ή *Τοπική* πολιτιστική πολιτική αντίστοιχα. Σε περίπτωση που αφορά σε ορισμένη πολιτιστική δραστηριότητα τότε μπορεί να ονομαστεί *Ειδική Κλαδική Πολιτική*.

Πολιτιστικός Προγραμματισμός.

Ο πολιτιστικός προγραμματισμός αποτελεί έναν τομέα του εθνικού προγραμματισμού. Έτσι και εδώ, όπως σε κάθε ενδεικτικό προγραμματισμό, γίνεται συνδυασμός σκοπών, μέσων και φορέων, με βάση ορισμένες επιλογές και προσδιορισμό συγκεκριμένων σχέσεων, για να επιτευχθεί ο τελικός σκοπός του πολιτιστικού προγραμματισμού που είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής, η διατήρηση της εθνικής πολιτιστικής ταυτότητας και η ένταξη του πολιτιστικού τομέα στον γενικότερο αναπτυξιακό σχεδιασμό.

Το πολιτιστικό πρόγραμμα είναι ένα πλαίσιο που περιλαμβάνει όλα τα αναγκαία καθοδηγητικά στοιχεία: γενικοί σκοποί και συγκεκριμένοι στόχοι, προβλέψεις, μέσα και μέτρα, χρονικά όρια, διαθέσιμοι πόροι, φορείς εκτέλεσης (σε κεντρικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο), τρόπος παρακολούθησης και εφαρμογής, καθώς και ποιοτικοί και ποσοτικοί δείκτες αξιολόγησης για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητάς του. Μόνο όταν προσδιορίζονται τα στοιχεία αυτά είναι δυνατό να λαμβάνονται ορθολογικές αποφάσεις από τα όργανα του σχεδιασμού και εφαρμογής της πολιτιστικής πολιτικής.

Όσο αφορά στους λόγους που επιβάλλουν τον πολιτιστικό προγραμματισμό, επισημαίνεται ότι «η επέμβαση του κράτους πρέπει να είναι ορθολογική» (να τίθενται προτεραιότητες και να επιλέγονται μέτρα για την πραγμάτωσή τους), «η προγραμματική δράση πρέπει να έχει μακροχρόνιο ορίζοντα» (κυρίως για να μπορούν να επιδιώκονται αντικειμενικοί σκοποί που η πραγματοποίησή τους απαιτεί σημαντικό χρόνο), ο πολιτισμός πρέπει να αντιμετωπίζεται και ως «κλάδος οικονομικής δραστηριότητας» (προσφέρει ευκαιρίες απασχόλησης και βελτιώνει την παραγωγικότητα του εργατικού δυναμικού, δημιουργεί εξωτερικές οικονομίες) κ.α. (Crouzet 1983).

Τα προγράμματα, με κριτήριο τον χρονικό τους ορίζοντα, διακρίνονται σε βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Τα μακροπρόθεσμα ονομάζονται και προγράμματα προοπτικής και καλύπτουν συνήθως χρονική

περίοδο πάνω από δεκαετία. Η αιτιολογία για την κατάρτιση μακροπρόθεσμων πολιτιστικών προγραμμάτων στηρίζεται κυρίως στο επιχείρημα ότι ο πολιτισμός είναι πεδίο που απαιτεί μακρόχρονη δράση. Πολλές από τις δραστηριότητες του δεν είναι δυνατό να δώσουν άμεσα αποτελέσματα, όπως για παράδειγμα προγράμματα σχετικά με την καλλιτεχνική εκπαίδευση, την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας, την μείωση των ανισοτήτων στην απόλαυση των πολιτιστικών αγαθών κ.α. έχουν αποδώσει βραδεία και μόνο μετά από αρκετά χρόνια μπορεί να αξιολογηθούν και να προσδιοριστεί η επίδρασή τους στη συμπεριφορά των φορέων, των χρηστών και των παραγωγών των πολιτιστικών αγαθών.

Ιδιαίτερα σημαντικό για τον πολιτιστικό προγραμματισμό είναι ότι πλέον τα περισσότερα κράτη χρησιμοποιούν ποσοτικές μεθόδους ανάλυσης στη διαδικασία ολοκλήρωσης της πολιτιστικής τους πολιτικής. Οι σχετικές μελέτες αξιοποιούν: α) το στατιστικό υλικό για όλες τις πολιτιστικές δραστηριότητες, β) τα οικονομικά στοιχεία σε χωροταξική κατανομή, γ) τις στατιστικές «πολιτιστικών» επαγγελματιών, δ) τις έρευνες αξιολόγησης διαφόρων πολιτιστικών «έργων», με την καθιέρωση κοινωνικών δεικτών και ε) τα στοιχεία εσόδων και εξόδων των δράσεων πολιτιστικού περιεχομένου.

Ελληνική Πολιτιστική Πολιτική.

Η εξέλιξη της κρατικής παρέμβασης στον πολιτιστικό τομέα.

Η πολύτροπη παρέμβαση της ελληνικής πολιτείας για τη ρύθμιση πολιτιστικών θεμάτων εκδηλώθηκε ήδη από την πρώτη δεκαετία μετά τη σύσταση του νεοελληνικού κράτους. Υπήρξε βέβαια, όπως ήταν αναμενόμενο, περιστασιακή και όχι συστηματική, τουλάχιστον μέχρι τη δεκαετία του 1970. Εξάιρεση αποτελεί ο ζωτικής σημασίας για τη χώρα τομέας της αρχαιολογικής κληρονομιάς, για τον οποίο η ανάληψη ευθύνης από την κρατική εξουσία σημειώθηκε έγκαιρα και αποτελεσματικά.

Η ανάθεση της διαχείρισης διαφόρων πολιτιστικών τομέων σε ένα συγκεκριμένο φορέα, το Υπουργείο Πολιτισμού το 1971, σηματοδότησε και στη χώρα μας την αρχή μιας νέας περιόδου συστηματικής και οργανωμένης κρατικής παρέμβασης. Όπως και στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, έτσι και στην Ελλάδα η παρέμβαση αυτή εξελίχθηκε σταδιακά, εφόσον σταδιακά επίσης έγινε κατανοητή όχι μόνο η καθοριστική σημασία της πολιτιστικής ανάπτυξης αυτής καθ' αυτήν, αλλά και η άμεση συσχέτιση της πολιτιστικής συνιστώσας με το όλο πλέγμα της κοινωνικοοικονομικής λειτουργίας.

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται συνοπτική εξιστόρηση της πολιτικής, που ασκήθηκε από το κράτος, άτυπα και τυπικά, για την προώθηση των επιμέρους θεμάτων που συνθέτουν το σύστημα της πολιτιστικής πολιτικής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην τελευταία εικοσαετία, δηλαδή από τη δεκαετία του '90 και έκτοτε.

Η περιστασιακή Κρατική Παρέμβαση μέχρι την Ίδρυση του Υπουργείου Πολιτισμού.

Οι πρώτες κρατικές παρεμβάσεις στον 19^ο αιώνα.

Το νεοελληνικό κράτος γεννήθηκε το 1830 μετά τον Αγώνα της Ανεξαρτησίας (1821-1829), που κατέληξε στην απελευθέρωση ενός τμήματος της χώρας, όπως έχει διαμορφωθεί έως σήμερα. Το νέο κράτος, που είχε περιορισμένη έκταση, αντιμετώπιζε πολλά προβλήματα, οικονομικά, πολιτικά και κοινωνικά. Η πρώτη δεκαετία της ύπαρξής του, η δεκαετία του 1830, υπήρξε κρίσιμη για τη συγκρότηση του σε μια ενιαία κρατική οντότητα αναγνωρισμένη διεθνώς, καθώς και για τη διατήρηση της ανεξαρτησίας και της εδαφικής του ακεραιότητας.

Στην προσπάθεια προσδιορισμού μιας ξεχωριστής εθνικής ταυτότητας, το νεοσύστατο κράτος στράφηκε στο ένδοξο αρχαιοελληνικό παρελθόν. Τα στοιχεία που αυτό το παρελθόν κληροδότησε στη χώρα, η πλούσια μνημειακή κληρονομιά και η ομιλούμενη και γραφόμενη ελληνική γλώσσα προσέφεραν μια ισχυρή απόδειξη της «αδιάλειπτης» ιστορικής παρουσίας των Ελλήνων και, κατά συνέπεια, μια σταθερή ιδεολογική βάση. Στη βάση αυτή στηρίχθηκε η διαμόρφωση της ελληνικής πολιτιστικής ταυτότητας, της οποίας η προβολή ισοδυναμούσε με εκδήλωση ισχυρής επιβεβαίωσης της συνέχειας της ελληνικής εθνικής συνείδησης. Οι αρχαιότητες αναγνωρίστηκαν ως εθνικά κειμήλια, που η προστασία τους επέτρεπε να αποτελέσει μία από τις πρώτες προτεραιότητες του νεοσύστατου κράτους.

Αλλά και σε άλλους ακόμη πολιτιστικούς τομείς σημειώνεται ανάλογη παρέμβαση της πολιτείας κατά την κρίσιμη δεκαετία του 1830. Έτσι, σχετικά με το βιβλίο και τις βιβλιοθήκες, ιδρύεται το 1832 η Δημόσια Εθνική Βιβλιοθήκη και δύο χρόνια αργότερα εκδίδεται το διάταγμα για την «κατά νόμον προσφοράν του εκδιδόμενου και κυκλοφορούμενου βιβλίου» στις κρατικές ή δημοτικές βιβλιοθήκες, με σκοπό τον εμπλουτισμό τους και την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Μετά από αυτό το ελπιδοφόρο ξεκίνημα η συνέχεια δεν ήταν η αναμενόμενη. Στο υπόλοιπο διάστημα του 19^{ου} αιώνα ο ρόλος του κράτους στην προώθηση της

πολιτιστικής δράσης υπήρξε περιστασιακός. Προτεραιότητα δόθηκε στη δημιουργία της βασικής υποδομής, στην καθιέρωση θεσμών και μηχανισμών λειτουργίας μιας σύγχρονης πολιτείας, καθώς και στην προετοιμασία των απελευθερωτικών αγώνων για τη διεύρυνση της ελληνικής επικράτειας.

Το πρώτο ήμισυ του 20^{ου} αιώνα

Τα πρώτα πενήντα χρόνια του 20^{ου} αιώνα χαρακτηρίζονται από μεγάλα ιστορικά γεγονότα για τη χώρα (Βαλκανικοί και Παγκόσμιοι Πόλεμοι, Μικρασιατική καταστροφή). Στην ταραγμένη αυτή περίοδο ο πολιτιστικός τομέας δεν ήταν φυσικά μέσα στις προτεραιότητες της κρατικής μέριμνας. Πάντως, σταδιακά ήδη από τις πρώτες δεκαετίες του αιώνα κερδίζει έδαφος η άποψη ότι απαιτείται μεγαλύτερη ανάμειξη του κράτους για την αντιμετώπιση ενός ευρύτερου φάσματος πολιτιστικών αναγκών της ανερχόμενης αστικής τάξης. Έτσι, δημιουργείται ένα βασικό νομικό πλαίσιο για τη ρύθμιση διαφόρων πολιτιστικών θεμάτων και ιδρύονται θεμελιώδεις πολιτιστικοί θεσμοί. Σημαντικά κρατικά πνευματικά και πολιτιστικά ιδρύματα, που ξεκίνησαν τη λειτουργία τους αυτή την περίοδο είναι η Εθνική Πινακοθήκη (1900) και το βραχύβιο Βασιλικό θέατρο (1901-1908), η Ακαδημία των Αθηνών (1926), το Εθνικό θέατρο (1930), που αποτέλεσε σταθμό για την εποχή του, η Κρατική Ορχήστρα Αθηνών (1943) και η Λυρική Σκηνή (1939).

Όσο αφορά στους κεντρικούς φορείς, για μεγάλο χρονικό διάστημα οι κρατικές υπηρεσίες στον πολιτιστικό χώρο παρέχονταν κυρίως από του Υπουργείου Παιδείας. Παράλληλα, άλλα υπουργεία και δημόσιες ή ημικρατικές υπηρεσίες εμπλέκονταν στις πολιτιστικές διαδικασίες άμεσα, έμμεσα ή και περιστασιακά.

Οι πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες (1948-1967)

Στις κρίσιμες δύο πρώτες δεκαετίες της μεταπολεμικής και μετεμφυλιακής περιόδου δεν υπήρξε εκ μέρους των κρατικών αρχών κανενός είδους προβληματισμός σχετικά με τη διαμόρφωση πολιτικής για την άνοδο του πολιτιστικού ενδιαφέροντος των πολιτών. Στο πλαίσιο, όμως, σχεδιασμού της οικονομικής πολιτικής δόθηκε έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη. Η πολιτική που ασκήθηκε για τον τουρισμό είχε και σημαντική πολιτιστική διάσταση, αν και δεν μπορεί βέβαια να θεωρηθεί ως συνειδητή άσκηση πολιτιστικής πολιτικής. Τα

μνημεία της πολιτιστικής κληρονομιάς, δηλαδή, θεωρήθηκαν ως σημαντικός πόλος για την προσέλκυση του τουριστικού ρεύματος και γι' αυτό διατέθηκαν αρκετά μεγάλα ποσά για τη συντήρηση και αναστήλωση μνημείων, την οργάνωση επισκέψιμων αρχαιολογικών χώρων και την κατασκευή δεκάδων μουσείων.

Μέσα στο ίδιο πλαίσιο της τουριστικής, και εμμέσως πολιτιστικής, πολιτικής πρέπει να ενταχθεί και η καθιέρωση στη δεκαετία του 1950 του Φεστιβάλ Αθηνών και του Φεστιβάλ Επιδαύρου, που επρόκειτο να έχουν μακρά διάρκεια ζωής.

Στο σημείο αυτό, βέβαια, οφείλουμε να τονίσουμε ότι η πολιτιστική ζωή είναι συγκεντρωμένη, σχεδόν αποκλειστικά, στην Αθήνα. Το πρόβλημα των ανισοτήτων σε πολιτιστική υποδομή και δράση ανάμεσα στο κέντρο και την περιφέρεια δεν φαίνεται να απασχολεί σοβαρά το κράτος. Η μόνη αξιόλογη, μακροπρόθεσμης προοπτικής, κρατική θεσμική παρέμβαση για περιοχή εκτός της Αθήνας είναι η ίδρυση στη Θεσσαλονίκη δύο νέων πολιτιστικών οργανισμών, της κρατικής Ορχήστρας Θεσσαλονίκης (1959) και του Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος (1961).

Η περίοδος της δικτατορίας (1967-1974)

Πρόκειται για περίοδο αναστολής της ελεύθερης έκφρασης και προώθησης μιας ιδεολογίας, που αποκόπτει τη χώρα από τις διεθνείς εξελίξεις. Εντούτοις κατά τη διάρκειά της συμβαίνει ένα γεγονός που θα αποτελέσει ορόσημο στην εξέλιξη των πολιτιστικών θεσμών της χώρας, η ίδρυση του Υπουργείου Πολιτισμού και Επιστημών το 1971. Η δημιουργία ενός κεντρικού πολιτιστικού φορέα ήταν βέβαια σύμφωνη με τα διεθνή πρότυπα της εποχής, που ευνοούσαν την ίδρυση ειδικών φορέων διαχείρισης των πολιτιστικών υποθέσεων στο σύνολό τους. Στην περίπτωση της Ελλάδας, όμως, ήταν φανερό πως υπήρχαν και ιδιαίτεροι λόγοι που συνδέονταν με την πολιτική κατάσταση. Η στρατιωτική κυβέρνηση επιδίωκε μια ιδεολογικά κατευθυνόμενη παρέμβαση, παράλληλα όμως, επιθυμούσε να αλλάξει την 'εικόνα' της στο εσωτερικό αλλά και στο εξωτερικό, προσπαθώντας να πείσει ότι είχε σοβαρό ενδιαφέρον για την ανάπτυξη της πνευματικής και καλλιτεχνικής ζωής.

Οι πολιτικές συνθήκες ανελευθερίας, όμως, εκείνης της εποχής κάθε άλλο παρά κατάλληλες ήταν για την ορθολογική και αποδοτική οργάνωση του κύριου αυτού φορέα της πολιτιστικής πολιτικής. Άλλωστε, το νέο υπουργείο, που προέκυψε από τη συνένωση υπηρεσιακών μονάδων από διάφορα υπουργεία, χωρίς να έχει κατανοηθεί το νόημα της αποστολής του, δεν ήταν δυνατό να επιτελέσει αξιόλογο έργο.

Η σύσταση του υπουργείου Πολιτισμού εκφράζει και στη χώρα μας την οριστική μετάβασή της στην περίοδο του κρατικού παρεμβατισμού και στον πολιτιστικό τομέα. Το υπουργείο αυτό θα μπορούσε, μάλιστα, να συνεισφέρει πολλά στη ρύθμιση των θεμάτων της πολιτιστικής δημιουργίας και των προβλημάτων της πολιτιστικής καλλιέργειας των πολιτών, αν από την αρχή είχαν προσδιοριστεί με σαφήνεια οι σκοποί του και είχε μελετηθεί η ορθολογική του οργάνωση.

Η οργάνωση του Υπουργείου Πολιτισμού και Επιστημών ξεκίνησε από λανθασμένη βάση. Και αυτό από έλλειψη μελέτης και προβληματισμού για το ζήτημα. Συγκεκριμένα, δεν δημιουργήθηκε ένα ολοκληρωμένο νομικό πλαίσιο, που να δίνει συστηματικά και με λεπτομέρειες τους σκοπούς και την οργανική και λειτουργική δομή του νέου φορέα. Αντιθέτως, νομικές διατάξεις αναφερόμενες σε θέματα του πολιτιστικού τομέα και διάσπαρτες σε νόμους, που αφορούσαν αρμοδιότητες διαφόρων κρατικών φορέων ενώθηκαν η μία δίπλα στην άλλη, όπως το υπαγόρευαν η ανάγκη και οι συμβατικές δυνατότητες της στιγμής, για τη συνένωση πολυποίκιλων αρμοδιοτήτων και υπηρεσιών (Ν.Δ 957/197/άρθρα 15 και 37).

Κινήθηκε, έτσι, ασυντόνιστα και με λειτουργική δυσκαμψία, όπως δηλαδή του επέτρεπε το ατελές θεσμικό του πλαίσιο, οι περιορισμένοι διαθέσιμοι οικονομικοί πόροι αλλά και το ποσοτικά και ποιοτικά ανεπαρκές προσωπικό των υπηρεσιών που συγχώνευαν αυτό.

Η οργανωμένη κρατική παρέμβαση μετά την ίδρυση του υπουργείου.

Η δεκαετία του 1970

Αμέσως μετά τη μεταπολίτευση η άσκηση κρατικής πολιτικής στον τομέα του πολιτισμού πέρασε σε νέα φάση. Κατανοήθηκε τότε, ως ένα βαθμό, από τους αρμόδιους η σοβαρή συσχέτιση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων με την ανάπτυξη της χώρας και κυρίως η σημασία της πολιτιστικής λειτουργίας στην καθόλου παραγωγική διαδικασία. Εμφανίζεται, έτσι, η έννοια του «πολιτιστικού προγραμματισμού» και αναγνωρίζεται η ανάγκη ένταξης, για πρώτη φορά, του πολιτιστικού προγράμματος της χώρας στα Πενταετή Προγράμματα Οικονομικής και Κοινωνικής Ανάπτυξης.

Οι σκοποί που αναφέρονται στο Πρόγραμμα 1978-1982 κινούνται μέσα σε παραδοσιακά πλαίσια (διατήρηση και προστασία στοιχείων του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, άνοδος της πολιτιστικής στάθμης, ενθάρρυνση της πνευματικής και καλλιτεχνικής δημιουργίας κ.λπ.). Είναι φανερό, πως δεν έχει ακόμα διαμορφωθεί μία συγκροτημένη πολιτιστική πολιτική, βασισμένη σε κάποιο θεωρητικό υπόβαθρο. Θετικό είναι πάντως το γεγονός ότι φορείς της

δημόσιας πολιτιστικής διοίκησης, αν και ουσιαστικά ξεκινούν από μηδενική βάση την εποχή αυτή, προβληματίζονται σχετικά με το ζήτημα του τρόπου παρέμβασης της πολιτείας.

Στις σημαντικές εξελίξεις που παρατηρήθηκαν στη δεκαετία του '70 συνέβαλε αναμφισβήτητα και η συνταγματική κατοχύρωση του ενδιαφέροντος του κράτους για την πολιτιστική ανάπτυξη, την καλλιτεχνική δημιουργία και το περιβάλλον με την ψήφιση του Συντάγματος του 1975¹⁷. Τα σχετικά άρθρα αναφέρονται:

- στην ελευθερία της έκφρασης του Τύπου (άρθρο 14)
- στην αποστολή της ραδιοφωνίας και τηλεόρασης για κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη (άρθρο 15)
- στην ελευθερία της τέχνης, της επιστήμης, της έρευνας και της διδασκαλίας και στην υποχρέωση του κράτους για την ανάπτυξη και την παραγωγή τους (άρθρο 16)
- στην υποχρέωση του κράτους για την προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (άρθρο 24). Για τη διαφύλαξή του το κράτος είναι υποχρεωμένο να παίρνει ιδιαίτερα προληπτικά και κατασταλτικά μέτρα.

Όσο αφορά στα θέματα της πολιτιστικής διοίκησης γίνεται αυτή τη περίοδο, το 1977, σημαντική προσπάθεια να προσδιοριστούν οι αρμοδιότητες του υπουργείου Πολιτισμού με την έκδοση Προεδρικού Διατάγματος που ορίζει τον Οργανισμό του.

Οι Γενικές Κατευθύνσεις της Πολιτιστικής Πολιτικής στη Δεκαετία του 1980

Σε αυτή τη περίοδο αναδεικνύεται ο κυρίαρχος παρεμβατικός χαρακτήρας του κεντρικού πολιτιστικού φορέα και γίνεται προσπάθεια σχεδιασμού μιας αρκετά συγκροτημένης πολιτιστικής πολιτικής. Οι βασικοί σκοποί της πολιτικής αυτής διατυπώνονται από τη νέα κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ στα δύο Πενταετή Προγράμματα Κοινωνικής και Οικονομικής Ανάπτυξης (1983-1987 και 1988-1992) και κυρίως στο πρώτο από αυτά.

Στο Πενταετές Πρόγραμμα 1983-1987 και συγκεκριμένα στο κεφάλαιο "Πολιτιστική Ανάπτυξη", οι επιδιώξεις επικεντρώνονται:

¹⁷ Το σύνταγμα αναθεωρήθηκε το 1986 και το 2001.

-
- ο στην καλλιέργεια και τη διεθνή προβολή των αξιών του Ελληνικού Πολιτισμού με την ανάδειξη των αξιών αυτών και της ενότητας και συνέχειας του πολιτισμού, καθώς και με τη διεύρυνση των μορφωτικών σχέσεων με τις ξένες χώρες και τους απόδημους.
 - ο στην αποτελεσματική προστασία της εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς, που θα επιτελεσθεί κυρίως με την ουσιαστική αύξηση των πόρων και των μέσων που θα διατεθούν για τον σκοπό αυτό, την αναδιοργάνωση και στελέχωση των νέων αποκεντρωμένων υπηρεσιών του υπουργείου και την ευαισθητοποίηση των πολιτών σε θέματα προστασίας των μνημείων της πολιτιστικής κληρονομιάς.
 - ο Στην πλατιά διάδοση και αύξηση των ευκαιριών απόλαυσης των πολιτιστικών αγαθών, με την εξάλειψη των ανισοτήτων που δημιουργήσε και στο χώρο αυτό η κοινωνική προσέλευση, το μορφωτικό επίπεδο και η γεωγραφική θέση των ατόμων και των κοινωνικών ομάδων. Ο στόχος αυτός θα επιτευχθεί με την παροχή των πολιτιστικών αγαθών στο ευρύ κοινό και με την προσέλκυση του κοινού στις πολιτιστικές υπηρεσίες και αγαθά κάτω από νέες ειδικές προϋποθέσεις.
 - ο Στη στήριξη της καλλιτεχνικής και πνευματικής δημιουργίας, ατομικής και συλλογικής, η οποία προβλέπεται να γίνει με ενεργοποίηση της πολιτείας στην αναδιοργάνωση του χώρου της γενικής και ειδικής καλλιτεχνικής εκπαίδευσης και στη δημιουργία συνθηκών ασφαλείας και ελευθερίας για τον καλλιτέχνη και τον πνευματικό δημιουργό.

Το πρόγραμμα αυτό είναι αδιαμφισβήτητα πληρέστερο και περισσότερο συγκροτημένο από τα προηγούμενα. Κεντρικό σημείο του είναι η πολιτιστική ανάπτυξη, που αντιμετωπίζεται ως συστατικό στοιχείο της κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης. Παρά το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος του έχει «διακηρυκτικό» χαρακτήρα, το πρόγραμμα παρουσιάζει το σημαντικό πλεονέκτημα ότι επισημαίνει ορισμένα βασικά προβλήματα όπως π.χ. τις τεράστιες περιφερειακές ανισότητες και διατυπώνει με σαφήνεια τους σκοπούς, στους επιμέρους στόχους και τις προτεραιότητες. Προτείνει, επίσης, σειρά μέτρων και κατάλογο έργων για την αποκέντρωση της κρατικής δραστηριότητας στον πολιτιστικό τομέα, για την ενίσχυση και ενθάρρυνση του αυτοφυούς πολιτιστικού κινήματος, για την αναδιοργάνωση των φορέων άσκησης της πολιτιστικής πολιτικής κ.α.

Ο απολογισμός της εφαρμογής του δείχνει πως, παρά το γεγονός ότι πολλά από τα μέτρα έμειναν ανενεργά ή εφαρμόστηκαν με μικρή επιτυχία, μπορεί να υποστηριχθεί ότι η εφαρμογή του προγράμματος είχε αρκετά θετικά αποτελέσματα, όσο αφορά κυρίως στην πολιτιστική αποκέντρωση. Προωθήθηκε σε ικανοποιητικό σημείο με την κινητοποίηση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στον πολιτιστικό τομέα, την ανάπτυξη του επαρχιακού θεάτρου με την ίδρυση του θεσμού των Δημοτικών Περιφερειακών Θεάτρων, τις Προγραμματικές Συμβάσεις

μεταξύ ΥΠ.ΠΟ. και Τοπικής Αυτοδιοίκησης, την ίδρυση μεγάλου αριθμού Λαογραφικών μουσείων και Συλλογών στην περιφέρεια, την ενίσχυση των τοπικών Πολιτιστικών Συλλόγων κ.α. στη διεθνή προβολή του ελληνικού πολιτισμού, με τη μεταφορά στο εξωτερικό μεγάλων εκθέσεων των πολιτιστικών θησαυρών και την οργάνωση «εκστρατείας» με αίτημα την επιστροφή των γλυπτών του Παρθενώνα, γνωστών ως Ελγινείων Μαρμάρων, τα οποία βρίσκονται εκτεθειμένα στο Βρετανικό Μουσείο στο Λονδίνο. Στο πλαίσιο της άσκησης εξωτερικής πολιτιστικής πολιτικής μπορεί να ενταχθεί και η πρώτη διοργάνωση του θεσμού της *Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης* που έγινε στην Αθήνα το 1985.¹⁸

Το σχετικό με τον πολιτισμό κεφάλαιο στο επόμενο Πενταετές Πρόγραμμα 1988-1992, που δεν εφαρμόστηκε ποτέ εξαιτίας της ταραγμένης πολιτικής κατάστασης της περιόδου, δεν πρότεινε νέες ιδέες. Επαναδιατύπωσε λίγο έως πολύ, τους ίδιους σκοπούς με το προηγούμενο, αφού άλλωστε βρίσκεται μέσα στο ίδιο ιδεολογικό πλαίσιο αναφοράς με εκείνο. Πρέπει πάντως να ληφθεί υπόψη ότι το Πρόγραμμα αυτό κατατίθεται σε μία περίοδο πολιτικής κρίσης με εναλλαγή των κυβερνητικών σχημάτων, σε αντίθεση με το Πενταετές 1983-1987 που συντάχθηκε σε στιγμή πολιτικής 'ευφορίας' κατά την πρώτη τετραετία της κυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ.

Οι εξελίξεις από τη Δεκαετία του 1990 έως και σήμερα

Οι βασικές κατευθύνσεις της πολιτιστικής πολιτικής που εφαρμόζεται στην περίοδο αυτή δεν διατυπώνονται ρητά σε Πενταετή Προγράμματα, αλλά εντοπίζονται κυρίως στα σχετικά κείμενα επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Β' και Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης. Η νέα κοινωνικοοικονομική φάση που διέρχεται η χώρα διαμορφώνει και αντίστοιχες επιδράσεις στην πολιτιστική πολιτική. Διαφοροποιείται πλέον η άποψη για τις πολιτιστικές δραστηριότητες, καθώς αυτές δεν θεωρούνται μόνον ως πνευματική λειτουργία αλλά και ως οικονομική λειτουργία, δηλαδή ως δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας. Αναγνωρίζεται, έτσι, η συμβολή του πολιτισμού στη βελτίωση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής και στην αύξηση της απασχόλησης σε τομείς που σχετίζονται με την πολιτιστική δραστηριότητα. Η πολιτιστική δαπάνη, κατά συνέπεια, αντιμετωπίζεται ως «σημαντική βασική επένδυση με πολλαπλά

¹⁸ Η τότε υπουργός Πολιτισμού, Μελίνα Μερκούρη, ήταν εκείνη η οποία πρότεινε στην Κοινότητα τη δημιουργία του θεσμού αυτού, που η πορεία του έως και σήμερα θεωρείται εξαιρετικά επιτυχημένη.

άμεσα ή έμμεσα κοινωνικά, οικονομικά και εθνικά οφέλη αποτελώντας τμήμα της υποδομής άλλων παραγωγικών τομέων» .

Είναι χαρακτηριστικό ότι στο Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (1994-1999), ο τομέας του Πολιτισμού ανήκει στην ίδια ενότητα με τον τομέα του Τουρισμού (*Πολυταμειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Τουρισμός-Πολιτισμός*) και ως στρατηγικός σκοπός τίθεται η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, μέσω της σύνδεσης του με το πολιτιστικό προϊόν. Στα εισαγωγικά του Προγράμματος αυτού τονίζεται η συμβολή των πολιτιστικών στοιχείων στην ανάπτυξη του τουρισμού με πολιτιστική διάσταση (του πολιτιστικού τουρισμού), ο οποίος μπορεί να ενισχύσει την ανάπτυξη προβληματικών, απομονωμένων και παραμεθόριων περιοχών και να αμβλύνει τα προβλήματα του μαζικού τουρισμού, όπως είναι η εποχικότητα και η υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένες περιοχές.

Δύο είναι οι κύριοι άξονες του Υποπρογράμματος «Πολιτισμός» :

- ο Διατήρηση, αναβάθμιση και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
- ο Ανάπτυξη του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού, μέσω της δημιουργίας βασικών πολιτιστικών υποδομών και μεγάλων θεσμών.

Το *Υποπρόγραμμα* αυτό αποτελεί μια αρκετά ολοκληρωμένη και συγκροτημένη διαρθρωτική παρέμβαση στον τομέα του Πολιτισμού, σε εθνικό επίπεδο. Οι παρεμβάσεις που προβλέπει, όμως, συνδέονται κατά κύριο λόγο στενά με τον τουρισμό (αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος). Συγκεκριμένα τα μέτρα που προτείνονται για την υλοποίηση του *Υποπρογράμματος* είναι:

1. Ενοποίηση Αρχαιολογικών Χώρων της Αθήνας
2. Δημιουργία υποδομής για τη λειτουργία του Εθνικού Πολιτιστικού Δικτύου Πόλεων
3. Κατασκευή Νέου Μουσείου Ακροπόλεως
4. Επέκταση και εκσυγχρονισμός μουσείων
5. Αναστήλωση και ανάδειξη επιλεγμένων μνημείων και συνόλων
6. Σύνταξη κτηματολογίου (του ΥΠ.ΠΟ.) και αρχείου Μνημείων
7. Ολοκλήρωση του Μεγάλου Μουσικής Αθηνών με την κατασκευή του Συνεδριακού και Πολιτιστικού Κέντρου

Από τα πέντε μέτρα που αφορούν στην πολιτιστική κληρονομιά εφαρμόστηκαν τα τρία. Από τα παραπάνω έργα το πιο φιλόδοξο υπήρξε η Ενοποίηση των Αρχαιολογικών Χώρων της Αθήνας. Στο πρόγραμμα αυτό, που έχει χαρακτηριστεί ως το μεγαλύτερο περιβαλλοντικό έργο της Αθήνας, περιλαμβάνονται η συντήρηση, αποκατάσταση και ανάδειξη όλων των σημαντικών μνημείων της πόλης και η σύνδεσή τους μέσω δικτύου πεζοδρόμων, κοινόχρηστων και ελεύθερων χώρων, καθώς και η ανάπλαση του ιστορικού κέντρου της πόλης. Όσο

αφορά στα έργα που σχετίζονται με την ανάπτυξη του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού, το σημαντικότερο, από όσα περιλαμβάνονταν στο σχετικό υποπρόγραμμα, ήταν το Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων. Ξεκίνησε το 1994 ως ένα μεγαλόπνοο πρόγραμμα, με στόχο να αντιμετωπίσει το πρόβλημα της περιφερειακής πολιτιστικής ανάπτυξης σε μακροχρόνια βάση. Επιδιώχθηκε ιδιαίτερα να αναπτυχθεί η πολιτιστική ζωή και να ενισχυθεί η σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία στις πόλεις, που περιλαμβάνονται στο Δίκτυο αυτό, με παρεμβάσεις κυρίως σε δύο τομείς:

- ο το θεσμικό, με τη δημιουργία βιώσιμων πολιτιστικών θεσμών, που αξιοποιούν την πολιτιστική παράδοση και τη σύγχρονη πολιτιστική πραγματικότητα κάθε πόλης και
- ο την κτιριακή υποδομή, με τη δημιουργία νέων χώρων ή επανάχρηση παλαιών (διατηρητέα, βιομηχανική κληρονομιά.)

Ας σημειωθεί, όμως, ότι το πρόγραμμα για το Δίκτυο αυτό προκάλεσε και αρκετές επικρίσεις, κυρίως για τον τρόπο με τον οποίο σχεδιάστηκε, δηλαδή για την ουσιαστική επιβολή «εκ των άνω» και για τη διατήρηση από το κράτος της τελικής έγκρισης για την εφαρμογή του στις πόλεις, που η κεντρική εξουσία επέλεξε. Τα σημαντικά προβλήματα που προέκυψαν, τόσο σε τοπικό όσο και σε κεντρικό επίπεδο αποτέλεσαν ανασταλτικούς για την περαιτέρω υλοποίησή του παράγοντες.

Στο νέο, Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (2000-2006) στον τομέα του πολιτισμού διατηρούνται σε γενικές γραμμές οι δύο κύριοι άξονες του *Υποπρογράμματος* «Πολιτισμός» του Β' Κ.Π.Σ. Η βασική διαφορά έγκειται στο γεγονός, ότι ο πολιτισμός αυτονομήθηκε και απέκτησε για πρώτη φορά αυτοτελές Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, το Πρόγραμμα «Πολιτισμός», όχι πλέον συνδεδεμένο με τον Τουρισμό, όπως στο προηγούμενο. Οι στόχοι επομένως ήταν καθαρά πολιτιστικοί και αφορούσαν στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής ανάπτυξης. Το πρόγραμμα αυτό αποτελεί μια πιο ολοκληρωμένη παρέμβαση από το προηγούμενο Πρόγραμμα, προσπαθώντας να εξασφαλίσει, όσο είναι βέβαια δυνατόν, την ισορροπία τόσο ανάμεσα στους δύο μεγάλους τομείς, την Πολιτιστική Κληρονομιά και τον Σύγχρονο Πολιτισμό, όσο και στην κατανομή πόρων στο εσωτερικό κάθε τομέα. Μάλιστα, οι πόροι είναι τώρα σημαντικά αυξημένοι, αφού υπολογίζεται ότι το ποσόν του συνολικού προϋπολογισμού του Προγράμματος αυτού ξεπέρανα κατά τέσσερις φορές εκείνο του Β'Κ.Π.Σ.¹⁹

¹⁹ Ας σημειωθεί επίσης, ότι εκτός από τα έργα που περιλαμβάνονται στο τομεακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός», πρόσθετοι πόροι διατίθενται για πολιτιστικά έργα που έχουν ενταχθεί στα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, καθώς και στα Επιχειρησιακά Προγράμματα «Κοινωνία της Πληροφορίας» και «Ανθρώπινοι Πόροι».

Τα συγκεκριμένα μέτρα που προτείνονται για τους δύο βασικούς άξονες προτεραιότητας είναι τα εξής:

Άξονας προτεραιότητας 1: Προστασία και Ανάδειξη Πολιτιστικής Κληρονομιάς

Μέτρο 1.1 Αναβάθμιση υφιστάμενης και δημιουργίας νέας υποδομής Μουσείων-Βελτίωση προσφερομένων υπηρεσιών.

Μέτρο 1.2. Προστασία και ανάδειξη μνημείων, συνόλων και αρχαιολογικών χώρων.

Άξονας προτεραιότητας 2: Ανάπτυξη Σύγχρονου Πολιτισμού

Μέτρο 2.1 Ενίσχυση υποδομών και μεγάλων επικοινωνιακών γεγονότων σύγχρονου πολιτισμού.

Μέτρο 2.2 Ολοκλήρωση μητροπολιτικών συνεδριακών και πολιτιστικών κέντρων.

Πρέπει να σημειωθεί, τέλος, ότι η πολιτική μεταβολή που έγινε το 2004 έχει αλλάξει αρκετά την ακολουθούμενη ως τότε στρατηγική παρέμβαση του κράτους στον πολιτιστικό τομέα. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι η πολιτεία θέλει πλέον να απεμπλακεί από την αποκλειστική στήριξη του τομέα, που, σύμφωνα με τη νέα πολιτική ηγεσία, δημιούργησε σχέσεις εξάρτησης των πολιτιστικών φορέων από το κράτος (ο λεγόμενος «κρατικοδίαιτος πολιτισμός»). Παράλληλα, επιδιώκεται τώρα να ενθαρρυνθεί η συμμετοχή των χορηγών και άλλων ιδιωτικών φορέων στη χρηματοδότηση πολιτιστικών έργων.

Στη νέα προγραμματική περίοδο 2007-2013 το «Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς» (ΕΣΠΑ) προβλέπεται ότι θα περιβάλει δράσεις, οι οποίες θα αποβλέπουν στη «γενικότερη ανάδειξη και προβολή της ιστορικής και πολιτιστικής φυσιογνωμίας της χώρας ... [μέσω] της παροχής βελτιωμένων υποδομών, της εισαγωγής ψηφιακών τεχνολογιών και της χρήσης σύγχρονων επικοινωνιακών πρακτικών».²⁰

Άξονας προτεραιότητας 1: Ανάπτυξη και αξιοποίηση των πολιτιστικών επενδύσεων

Μέτρο 1.1. Προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς

Μέτρο 1.2 Ανάπτυξη του σύγχρονου πολιτισμού

Μέτρο 1.3 Ανάπτυξη του τομέα του πολιτισμού στην Κοινωνία της Πληροφορίας

²⁰ Υπηρεσία Διαχείρισης του Ε.Π. «Πολιτισμός 2000-2006», ο πολιτισμός ως προτεραιότητα των Κοινοτικών Στρατηγικών Κατευθύνσεων 2007-2013, 10/02/2005, σελ 5.

Μέτρο 1.4 Ενίσχυση της Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D) στον τομέα του πολιτισμού

Άξονας προτεραιότητας 2: Ανάπτυξη του ανθρώπινου Δυναμικού και Προώθηση της Απασχόλησης

Μέτρο 2.1 Πρόγραμμα «Παιδεία και Πολιτισμός»

Μέτρο 2.2 Προγράμματα κατάρτισης και προώθησης της απασχόλησης

Μέτρο 2.3 Ανάπτυξη υποδομών κατάρτισης

Μέτρο 2.4 Προγράμματα κατάρτισης της δημόσιας διοίκησης στον τομέα του πολιτισμού

Άξονας προτεραιότητας 3: Αναβάθμιση και Προστασία Πολιτιστικού Περιβάλλοντος

Μέτρο 3.1 Μέτρα αναβάθμισης και προστασίας στα αστικά κέντρα

Μέτρο 3.2 Μέτρα αναβάθμισης και προστασίας στην ύπαιθρο

Άξονας προτεραιότητας 4: Ενίσχυση διακρατικής πολιτιστικής συνεργασίας

Πρόγραμμα Δημιουργική Ευρώπη 2020

Το νέο πρόγραμμα Δημιουργική Ευρώπη δημιουργεί ένα νέο πλαίσιο πολιτιστικής πολιτικής που διαφέρει από τις αντίστοιχες πολιτικές των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων (2000-2006, 2007-2013), καθώς οι χρηματοδοτικές δράσεις που προτείνει ενισχύουν τον ανταγωνισμό μεταξύ των πολιτιστικών επιχειρήσεων και φορέων (δημόσιων ή ιδιωτικών), είναι προσανατολισμένες προς την χρηματοδότηση μεγάλων project, και άρα δεν στοχεύουν στην σύγκλιση των περιφερειών/κρατών σε θέματα πολιτιστικής κατανάλωσης και παραγωγής ενώ προάγουν την τραπεζική χρηματοδότηση, η οποία υπό ορισμένες συνθήκες δύναται να αντικαταστήσει την δημόσια συμμετοχή. Ο προγραμματισμός της πολιτιστικής πολιτικής της ΕΕ για την περίοδο 2014-2020 ξεκινά ήδη από το 2010, όταν η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοινώνει την «Πράσινη Βίβλο για την απελευθέρωση του δυναμικού των κλάδων του πολιτισμού και της δημιουργικότητας», στην οποία για πρώτη φορά γίνεται επίσημα λόγος για τις «πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες». Ήδη από τέλος του 2007, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει προετοιμάσει το έδαφος, μέσα από το «Ψήφισμα του Συμβουλίου σχετικά με μια ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό» (2007) και διάφορες μελέτες (COM, 2007, KEA, 2009) για την οικονομία, την απασχόληση και για διάφορα μοντέλα πολιτικής. Έτσι, η «Πράσινη Βίβλος» χρησιμοποιήθηκε ως

το εφαλτήριο για τις επίσημες διαβουλεύσεις με τα κράτη-μέλη και τους διάφορους πολιτιστικούς οργανισμούς και οργανώσεις επαγγελματιών των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας, με σκοπό να δημιουργηθούν οι πρώτες προτάσεις πολιτικής, οι οποίες θα κατευθύνουν τα επόμενα χρόνια τις κοινοτικές χρηματοδοτήσεις. Στην ουσία, η «Πράσινη Βίβλος» διατύπωσε τους προβληματισμούς της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την νέα οικονομία της δημιουργικότητας και του πολιτισμού και ανέλυσε τις κύριες θεματικές περιοχές πολιτικής που η Επιτροπή ήθελε να ρίξει το βάρος, σύμφωνα και με τις κατευθύνσεις της ατζέντας «Ευρώπη 2020». Αυτές ήταν: (α) η ψηφιακή ατζέντα για την Ευρώπη, (β) η περαιτέρω σύνδεση των κλάδων πολιτισμού και δημιουργικότητας με την καινοτομία, μέσα από δράσεις που θα ενισχύουν τον ρόλο τους ως καταλύτη καινοτομίας για την ευρωπαϊκή οικονομία και (γ) η ανάπτυξη και ολοκλήρωση μιας βελτιωμένης στρατηγικής και ενός καλύτερου ρυθμιστικού πλαισίου για την πνευματική ιδιοκτησία.

Οι παραπάνω ευρείες περιοχές πολιτικής εξειδικεύονται ακόμα περισσότερο σε συγκεκριμένες κατευθύνσεις πολιτικής, με συγκεκριμένα χρηματοδοτικά εργαλεία μέσα από τον προγραμματισμό της Δημιουργικής Ευρώπης. Κεντρικοί στόχοι του νέου προγραμματισμού είναι η ανάπτυξη των δεξιοτήτων μέσω της κατάρτισης των καλλιτεχνών, η κάλυψη των αυξημένων αναγκών για χρηματοδότηση, η σύνδεση των στρατηγικών τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης με τους κλάδους, μέσω της συμβολής τους στην καινοτομία, η κινητικότητα των δημιουργών και η διακίνηση των δημιουργικών και πολιτιστικών έργων και οι πολιτιστικές ανταλλαγές.

Αστική Πολιτιστική Πολιτική

Όπως ήδη έχει αναδειχθεί από τα παραπάνω, αρκετές σύγχρονες ευρωπαϊκές πόλεις, εφαρμόζουν σήμερα συγκροτημένη πολιτιστική πολιτική, χρησιμοποιώντας τον πολιτισμό ως εργαλείο προώθησης της αναπτυξιακής τους προοπτικής. Έχουν, δηλαδή, συνειδητοποιήσει τον καθοριστικό ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει η πολιτιστική υποδομή και δράση, όχι μόνο για την ικανοποίηση των πολιτιστικών αναγκών των πολιτών, αλλά και για την προβολή μιας ξεχωριστής και ελκυστικής εικόνας σε «υπερτοπικό» (ευρωπαϊκό ή και διεθνές) επίπεδο, στοχεύοντας κυρίως σε οικονομικά οφέλη.

Η εξέλιξη αυτή είναι φαινόμενο των τελευταίων δεκαετιών και σχετίζεται με τις επικρατούσες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, όπως φαίνεται και από την ανάλυση που ακολουθεί στο κεφάλαιο αυτό. Γεγονός όμως παραμένει ότι και παλαιότερα (στις δεκαετίες του '70 και του '80) οι τοπικές αρχές στις ευρωπαϊκές

πόλεις είχαν αξιοποιήσει τη δυναμική του πολιτιστικού τομέα, για την επίτευξη όμως, κατά κύριο λόγο, ευρύτερων κοινωνικών σκοπών.

Η Αστική Πολιτιστική Πολιτική έως τα Μέσα της Δεκαετίας του 1980

Η στενή συσχέτιση πόλης και πολιτισμού, αν και μόνο τα τελευταία 25 χρόνια μελετήθηκε συστηματικά σε θεωρητικό και εμπειρικό επίπεδο, είχε αρχίσει να γίνεται αντιληπτή ήδη από τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, όταν ορισμένες μεγάλες και μεσαίου μεγέθους πόλεις της Δυτικής Ευρώπης έστρεψαν το ενδιαφέρον τους και σε πολιτιστικά θέματα. Βέβαια τα περιθώρια χάραξης τοπικής πολιτιστικής πολιτικής ήταν τότε περιορισμένα. Την περίοδο αυτή, περίοδο οικονομικής ανασυγκρότησης της Ευρώπης αλλά και της ραγδαίας επέκτασης των πόλεων, ο πολιτισμός δεν ήταν μέσα στις πρώτες προτεραιότητες. Άλλωστε, οι έστω και σποραδικές πρωτοβουλίες σε πολιτιστικά θέματα, βρίσκονταν, σε μεγάλο βαθμό, στα χέρια των δημόσιων κεντρικών αρχών. Οι «εκ των άνω» πρωτοβουλίες αυτές επικεντρώνονταν στην κατασκευή ή βελτίωση της κτιριακής υποδομής για τη στέγαση ιδρυμάτων της υψηλής ή παραδοσιακής κουλτούρας²¹ (μουσεία, όπερες, θέατρα κλπ) συνήθως στο κέντρο της πόλης και στην ίδρυση ειδικών πολυλειτουργικών κέντρων, των Πολιτιστικών κέντρων για τη διευκόλυνση της πρόσβασης όλων των κοινωνικών στρωμάτων στις διάφορες εκφάνσεις της κουλτούρας αυτής.²²

Την περίοδο αυτή, οι επικρατούσες «ρομαντικές» απόψεις για την αυτονομία του πολιτισμού απέκλειαν οποιαδήποτε συσχέτισή του με οικονομική ή τουριστική ανάπτυξη των πόλεων.

Σταδιακά, στη δεκαετία του 70 και στις αρχές του 80, με την αποκέντρωση των εξουσιών προς την περιφερειακή και τοπική αυτοδιοίκηση, η παρέμβαση των δημοτικών αρχών σε θέματα πολιτιστικά συστηματοποιείται και ανεξαρτητοποιείται ως ένα σημείο από τις κεντρικές αρχές. Οι δήμοι έχοντας αντιληφθεί τη σημασία της τοπικής πολιτιστικής πολιτικής, ιδρύουν ανεξάρτητες διοικητικές μονάδες για τον πολιτισμό (Τμήματα ή Επιτροπές) και αυξάνουν τις σχετικές δημοτικές δαπάνες. Οι κοινωνικοπολιτικές αλλαγές της περιόδου (όπως

²¹ Η έννοια της κουλτούρας ήταν περιορισμένη στις καθιερωμένες μορφές ως τέχνη (ζωγραφική, γλυπτική, λογοτεχνία, θέατρο και μουσική), οι οποίες θεωρούνταν κατάλληλες για να αναβαθμίσουν το μορφωτικό επίπεδο των πολιτών, αντίθετα απ' ό,τι συνέβαινε με την εμπορική μαζική κουλτούρα (κινηματογραφικές ταινίες, μουσική τζαζ και ρόκ κλπ).

²² Τα πρώτα πολιτιστικά κέντρα με το όνομα «Σπίτια του Πολιτισμού» (maison della culture) έγιναν στη Γαλλία τη δεκαετία του '60. Σχεδιάστηκαν ως περιφερειακά πολιτιστικά κέντρα για τις ανάγκες ευρύτερων περιοχών και όχι μόνο των πόλεων όπου στεγαζόνταν.

τα νέα κοινωνικά κινήματα, η άνοδος της αριστεράς σε μεγάλους δήμους κ.α.) οδήγησαν και την τοπική αυτοδιοίκηση στην επιλογή της στρατηγικής της «πολιτιστικής δημοκρατίας»²³

Οι εξελίξεις αυτές βοήθησαν να δημιουργηθεί μια συνεκτική ενότητα πολιτικής πρακτικής στον αστικό χώρο, με συγκεκριμένους σκοπούς και μέσα, που χρησιμοποιείται συχνά από τις δημοτικές αρχές ως εργαλείο για κοινωνικές και πολιτικές αλλαγές.

B. Νέες Τάσεις της Αστικής Πολιτιστικής Πολιτικής

Το πλαίσιο μέσα στο οποίο διαμορφώθηκαν οι αστικές πολιτιστικές πολιτικές στην Ευρώπη, γεγονός που όπως είδαμε επηρέασε ριζικά και την εφαρμογή της πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα, κατά την προηγούμενη περίοδο, αλλάζει ριζικά από τα μέσα της δεκαετίας του '80 και έκτοτε. Οι αλλαγές στις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες (νεοφιλελευθερισμός, παγκοσμιοποίηση, διαρθρωτικές μεταβολές της οικονομίας, ευρωπαϊκή ολοκλήρωση, έκρηξη νέων πληροφοριακών τεχνολογιών κ.α.) οδήγησαν σε επαναπροσδιορισμό του ρόλου των πόλεων και τις έφεραν αντιμέτωπες με νέα προβλήματα και νέες προκλήσεις. Ανάμεσά τους εξέχουσα θέση κατέχει ο οξύς και εντεινόμενος ανταγωνισμός των πόλεων για την διεκδίκηση μιας υψηλής θέσης στην ιεραρχία του ευρωπαϊκού αλλά και του διεθνούς αστικού συστήματος. Η θέση αυτή θα τους επιτρέψει να προσελκύσουν το μετακινούμενο διεθνές κεφάλαιο καθώς και τη ταχέως αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία. Έτσι οι πόλεις θέτουν τώρα ως πρώτη προτεραιότητα την οικονομική και φυσική αναζωογόνηση τους. Διαπιστώνεται μάλιστα ότι εκ των άλλων βασικών παραγόντων που καθορίζουν την αναπτυξιακή προοπτική μιας πόλης, (όπως η ύπαρξη υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας, εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, ερευνητικών ιδρυμάτων κ.α.) ιδιαίτερα κρίσιμος είναι ο ρόλος του πολιτιστικού παράγοντα, ο οποίος

²³ Η μερική αποτυχία της ασκηθείσας πολιτικής του πολιτιστικού εκδημοκρατισμού σε συνδυασμό με την εμφάνιση νέων κοινωνικών κινήματων (ιδιαίτερα μετά τα γεγονότα το Μάη του '68 στη Γαλλία), που υιοθετούσαν έναν ιδιαίτερα ευρύ ορισμό του πολιτισμού και στράφηκαν προς 'εναλλακτικές' πολιτιστικές δραστηριότητες, έκαναν φανερή πλέον την ανάγκη για ανατροπή της επικρατούσας άποψης και αντικατάστασή της από τη στρατηγική της πολιτιστικής δημοκρατίας (cultural democracy). Το αίτημα για πολιτιστική δημοκρατία εμφανίζεται στη δεκαετία του '70, διατυπώνεται με σαφήνεια στη Διακυβερνητική Διάσκεψη της Ουνέσκο στο Ελσίνκι (1972) και σταδιακά κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος (Simson 1976). Η πολιτιστική δημοκρατία απορρίπτει κατ' αρχάς την άποψη για ιεραρχική διαβάθμιση των πολιτιστικών αγαθών και αξιών, την ανωτερότητα δηλαδή ορισμένων μόνο πολιτιστικών μορφών και διευρύνει την έννοια της κουλτούρας, εμπνεόμενη και από την ανθρωπολογική εκδοχή της έννοιας. Σύμφωνα με τη γνωστή φράση του ανθρωπολόγου R. Williams, κουλτούρα είναι ένας «ολόκληρος τρόπος ζωής» ("a whole way of life").

συνδέεται με την ποιότητα του αστικού περιβάλλοντος. Αναγνωρίζεται, δηλαδή, ότι οι πολιτιστικοί θεσμοί και οι συναφείς δραστηριότητες μπορεί να χρησιμοποιηθούν ως μέσο για την επίτευξη της επιζητούμενης «αναζωογόνησης». Με τον όρο αναζωογόνηση (regeneration) εννοείται η βελτίωση της οικονομικής και κοινωνικής κατάστασης, του δομημένου περιβάλλοντος και κατ' επέκταση της «πολιτιστικής εικόνας» της πόλης.

Σχεδιάζεται επομένως νέα πολιτιστική στρατηγική με έμφαση πλέον σε οικονομικές προτεραιότητες σε αντίθεση με τις προηγούμενες δεκαετίες. Οι πόλεις οι οποίες υιοθετούν αυτή τη νέα στρατηγική ανήκουν κυρίως σε τέσσερις κατηγορίες:

- *Εκείνες που βρίσκονται σε κατιούσα οικονομική πορεία, λόγω αποβιομηχάνισης και επιδιώκουν μεταστροφή της οικονομίας τους προς τους νέου ακμάζοντες κλάδους, όπως ο τουρισμός (πχ, η Γλασκώβη, η Σκωτία, το Μπιλμπάο)*
- *Πόλεις μεσαίου μεγέθους που δεν αρκούνται σε στασιμότητα και περιθωριακό ρόλο, αλλά φιλοδοξούν να αναλάβουν ενεργότερο ρόλο για να πετύχουν την άνοδο σε μια αναβαθμισμένη θέση μέσα στο ενιαίο ευρωπαϊκό αστικό σύστημα (π.χ. το Μονπελιέ στη Γαλλία)*
- *Μητροπόλεις ή «οικουμενικές πόλεις» (όπως το Παρίσι) που επιθυμούν τη διατήρηση και ενίσχυση της υπεροχής τους και του διεθνούς κύρους τους, και*
- *Πόλεις με υψηλή οικονομική θέση αλλά και αρνητική «πολιτιστική εικόνα» όπως η Φρανκφούρτη, που στοχεύουν σε ριζική αλλαγή της εικόνας αυτής.*

Οι σκοποί.

Από την άποψη των σκοπών που επιδιώκονται από τις πόλεις αυτές σημειώνεται σαφής μεταστροφή. Σε αντίθεση προς τους εσωστρεφείς, παραδοσιακούς κοινωνικοπολιτικούς σκοπούς της προηγούμενης περιόδου, οι νέοι σκοποί είναι εξωστρεφείς και νεωτεριστικοί, με οικονομικό χαρακτήρα κατά κύριο λόγο. Στην πραγματικότητα ο κύριος στρατηγικός σκοπός είναι ένας: *προβολή θετικής εικόνας της πόλης, ως πόλη με διεθνή κοσμοπολίτικο χαρακτήρα, καινοτόμο και δημιουργικό περιβάλλον, υψηλή αισθητική ποιότητα του δομημένου περιβάλλοντος, έντονη πολιτιστική δράση και γενικότερα ξεχωριστή πολιτιστική ταυτότητα και ανώτερη ποιότητα ζωής.*

Προβάλλοντας αυτή τη θετική εικόνα οι πόλεις ελπίζουν ότι αυτή θα λειτουργήσει ως συμπληρωματικός, αλλά πάντως σημαντικός, παράγοντας στην απόφαση για τη χωροθέτηση της έδρας διεθνών χρηματοπιστωτικών οργανισμών, πολυεθνικών εταιρειών, βιομηχανιών υψηλής τεχνολογίας κ.α. Γιατί τα υψηλόβαθμα στελέχη τους με τα απαιτητικά αισθητικά, λειτουργικά και καταναλωτικά πρότυπα εκτιμούν ιδιαίτερα ένα πολιτιστικά ενδιαφέρον περιβάλλον. Προσδοκούν ακόμη οι πόλεις ότι η νέα αναβαθμισμένη εικόνα θα συντελέσει στη βελτίωση της τουριστικής ελκυστικότητας της πόλης, αποφέροντας σημαντικά οικονομικά οφέλη.

Οι φορείς.

Τον κύριο λόγο έχουν φυσικά οι διάφορες υπηρεσίες των δήμων που συνεργάζονται επίσης με άλλους περιφερειακούς ή κεντρικούς δημόσιους φορείς. Ειδικότερα, όσο αφορά σε σχέδια πολεοδομικής ανάπλασης των περιοχών στο κέντρο της πόλης, οι πολιτικές ηγεσίες της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, οι οποίες τα τελευταία χρόνια έχουν υιοθετήσει νέες μορφές διακυβέρνησης που χαρακτηρίζονται από τα κριτήρια της επιχειρηματικότητας, βρίσκουν συμμάχους στον ιδιωτικό τομέα. Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει ιδιοκτήτες γης, κατασκευαστικές και μεσιτικές εταιρίες ανάπτυξης ακινήτων, τράπεζες κ.λπ. αλλά και πολιτιστικά ιδρύματα ή άλλους μη κερδοσκοπικούς φορείς του τρίτου τομέα καθώς όλοι μπορούν να επωφεληθούν από την αστική αναζωογόνηση. Έτσι, συνάπτονται αναπτυξιακές συμμαχίες και καταρτίζονται από κοινού στρατηγικά σχέδια αστικής ανάπτυξης, στο πλαίσιο του γνωστού προτύπου PPP (Public-private-partnership), δηλαδή συμπράξει δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (ΣΔΙΤ).

Τα μέσα.

Τα νέα μέσα που χρησιμοποιούνται για την προβολή της «θετικής εικόνας της πόλης» και την προώθησή της στη διεθνή αγορά είναι διάφορα και εξαρτώνται από τους συγκεκριμένους στόχους που τίθενται για την κάθε πόλη, αλλά και από το οικονομικό, κοινωνικό, πολιτικό και πολιτιστικό της περιβάλλον. Τρία είναι όμως τα μέσα που χρησιμοποιούνται συχνότερα:

Πολεοδομικές παρεμβάσεις μεγάλης κλίμακας. Πραγματοποιούνται φιλόδοξα σχέδια πολεοδομικού χαρακτήρα, τα σπουδαιότερα από τα οποία είναι:

- ο αναπλάσεις του αστικού θαλάσσιου μετώπου (urban waterfront redevelopment) σε υποβαθμισμένες περιοχές παλιών λιμανιών, που μετατρέπονται σε χώρους για πολιτιστική και ψυχαγωγική χρήση (ενυδρεία, μουσεία, εστιατόρια, κινηματογράφοι, πισίνες κ.λπ.) αλλά και χώρους γραφείων και κατοικίας²⁴
- ο δημιουργία «πολιτιστικών περιοχών» (cultural quarters), δηλαδή περιοχών με μεγάλη συγκέντρωση πολιτιστικών χώρων και αναψυχής. Πολιτιστικές περιοχές δημιουργούνται συνήθως με τη μετατροπή υποβαθμισμένων συνοικιών του κέντρου με μεταβιομηχανικό χαρακτήρα (κυρίως εγκαταλειμμένα εργοστάσια, βιοτεχνίες, αποθήκες κ.λπ.) σε ελκυστικές, ζωντανές γειτονιές με χώρους αναψυχής και πολιτισμού, μέσω της εγκατάστασης πολιτιστικών επιχειρήσεων από το λεγόμενο «δημιουργικό τομέα», καλλιτεχνικών εργαστηρίων, εστιατορίων κ.λπ.²⁵

Ανέγερση εντυπωσιακών κτιρίων για πολιτιστική χρήση (μουσεία όπερες, θέατρα, βιβλιοθήκες κ.λπ.).

Τα κτήρια αυτά, είτε μεμονωμένα είτε ως μέρος ενός εκτεταμένου οικοδομικού προγράμματος, είναι συχνά σχεδιασμένα από διάσημους πρωτοποριακούς αρχιτέκτονες και αποτελούν για την πόλη τα λεγόμενα «πολιτιστικά εμβλήματα» (flagships), που αποκτούν σημειολογική βαρύτητα. Με την επιδεικτική προβολή τους μεταβάλλονται, εκτός των άλλων, και σε τουριστικά αξιοθέατα.²⁶

²⁴ Το πρώτο μεγάλο σχέδιο τέτοιου είδους ανάπλασης, με ιδιωτική κυρίως χρηματοδότηση, πραγματοποιήθηκε στη Βαλτιμόρη των Η.Π.Α. (Harbor Place) στη δεκαετία του '70 και πέτυχε να αλλάξει ριζικά την εικόνα του εγκαταλειμμένου παλιού λιμανιού, που μεταβλήθηκε σε τουριστικό αξιοθέατο. Ακλούθησαν δεκάδες παρόμοιες περιπτώσεις στις Η.Π.Α. και στον Καναδά (Βοστώνη, Τορόντο) αλλά και στην Ευρώπη (Ρότερνταμ, Βαρκελώνη κ.α.).

²⁵ Γνωστά παραδείγματα πολιτιστικών περιοχών είναι το πρωτοπόρο Soho της Νέας Υόρκης, το Temple Bar του Δουβλίνου, που καθιερώθηκε ως δημοφιλής τουριστικός προορισμός, καθώς και η Βόρεια Συνοικία (Northern Quarter) του Μάντσεστερ, που έδωσε έμφαση στη μουσική (δισκογραφικές εταιρείες, μουσικές σκηνές κ.λπ.).

²⁶ Ένα καλό παράδειγμα αποτελούν τα μεγαλεπήβολα Μεγάλα Πολιτιστικά Έργα (Grands Projects Culturels) στο Παρίσι. Τα έργα αυτά, όπως η ριζική ανακαίνιση του Λούβρου (Μεγάλο Λούβρο), η Όπερα της Βαστίλης, η Εθνική Βιβλιοθήκη κ.α. κατασκευάστηκαν με αφορμή τον εορτασμό της επετείου των 200 χρόνων από τη Γαλλική Επανάσταση (1989), αλλά και γιατί το Παρίσι είχε οριστεί Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για την χρονιά εκείνη. Η περίπτωση του Μουσείου Γκούγκενχάιμ στο Μπιλμπάο της Ισπανίας είναι επίσης αντιπροσωπευτική. Το εξαιρετικά πρωτότυπο σχέδιο του διάσημου Αμερικανού Αρχιτέκτονα Φρανκ Γκέρι και πολύ λιγότερο οι συλλογές που στεγάζει, έχουν κινήσει το ενδιαφέρον των επισκεπτών και, με την κατάλληλη διεθνή προβολή, έχουν σήμερα μετατρέψει την πόλη σε κέντρο του αστικού τουρισμού.

Οργάνωση ειδικών γεγονότων-εκδηλώσεων μεγάλης κλίμακας και υψηλών προδιαγραφών (mega-events).

Οι εκδηλώσεις αυτές, που πραγματοποιούνται είτε σε τακτική βάση είτε μια και μοναδική φορά, είναι ή καθαρά πολιτιστικές, όπως διεθνής εκθέσεις, φεστιβάλ και συνέδρια, Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης κ.α., ή αθλητικές, όπως Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, ή ακόμη και καθαρά εμπορικές (Expro). Τέτοια γεγονότα αρκετές φορές λειτουργούν ως καταλύτες για την πραγματοποίηση έργων αρχιτεκτονικού και χωροταξικού σχεδιασμού που έχουν μόνιμο θετικό αποτέλεσμα για την πόλη. Παράδειγμα πόλεων που εκμεταλλεύθηκαν με επιτυχία τέτοια ειδικά γεγονότα για να βρεθούν για ένα διάστημα στο επίκεντρο του διεθνούς ενδιαφέροντος είναι η Βαρκελώνη (Ολυμπιακοί Αγώνες, 1992), η Γλασκώβη (Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης, 1990), η Σεβίλλη (Παγκόσμια Έκθεση, 1992) κ.α. Άλλες πόλεις έχουν αναδειχθεί μέσω εκδηλώσεων με τακτικό χαρακτήρα όπως το Εδιμβούργο (Διεθνές Φεστιβάλ) ή Φρανκφούρτη (Διεθνές Έκθεση Βιβλίου) κ.α.

Σε αυτά τα τρία «νεωτερικτικά» μέσα πρέπει να προστεθούν και ορισμένα άλλα που χρησιμοποιούνται ήδη από τις προηγούμενες περιόδους, το κυριότερο από τα οποία είναι η *ανάδειξη μνημείων της πολιτιστικής κληρονομιάς για την προσέλκυση πολιτιστικού τουρισμού*. Στις πόλεις που διαθέτουν τέτοιου είδους μνημεία, τα οποία αποτελούν ένα από τα κύρια ελκτικά στοιχεία τους, γίνονται εκτεταμένες αναστηλώσεις, ένταξη των μνημείων σε αρχαιολογικά πάρκα, επανάχρηση ιστορικών κτιρίων και εγκαταστάσεων της βιομηχανικής κληρονομιάς, ίδρυση μουσείων ιστορικών και εθνολογικών. Γενικότερα καταβάλλεται προσπάθεια για ανάπλαση και «αναβίωση» του ιστορικού κέντρου σε συνδυασμό με αλλαγές στις χρήσεις γης (αναψυχή, τουρισμός)²⁷.

Τέλος, απαραίτητος κρίνεται από τις πόλεις, που έχουν χρησιμοποιήσει ένα η περισσότερα από τα ανωτέρω μέσα και φιλοδοξούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για τουρισμό και επενδύσεις, ο σχεδιασμός διεθνούς εκστρατείας προβολής της πόλης (place marketing) μέσω τεχνικών του marketing (βλ. Van Synghe et al. 2002). Αυτές οι εκστρατείες «αστικής διαφήμισης» ανατίθενται συχνά σε γνωστές πολυεθνικές διαφημιστικές εταιρείες, όπως π.χ. η εταιρεία Saatchi and Saatchi που ανέλαβε της προβολή της Γλασκώβης ως Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης του 1990, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

²⁷ Ιδιαίτερη σημασία στην ανάκτηση της ιστορικής φυσιογνωμίας του κέντρου της πόλης έχουν δώσει η Κολογία στη Γερμανία, το Μονπελιέ στη Γαλλία, το Μπαθ στην Αγγλία κ.α.

Η Ελληνική Πραγματικότητα.

Το γεγονός της μετακίνησης, της Εθνικής βιβλιοθήκης και της Εθνικής Λυρικής Σκηνής από το κέντρο της πόλης.

Εάν θα μπορούσαμε να χωρίσουμε σε δύο γενικές τάσεις τις παραπάνω στρατηγικές, που ακολουθούν οι σύγχρονες πόλεις έτσι ώστε να εξυπηρετήσουν τη διεθνή μετακίνηση του τουριστικού κεφαλαίου και τη βελτίωση της 'εικόνας' τους αυτές θα ήταν οι παρακάτω:

- Η πρώτη αρχή της στρατηγικής αφορά την προσπάθεια να τονίσουν τον πολιτιστικό ρόλο σαν μια δύναμη της ανανέωσης και της κοινωνικής ένταξης. Αυτό μπορεί να αναφέρεται σε φυσική ανανέωση, όπου τα παλιά κτίρια δίδονται για νέες πολιτιστικές χρήσεις ή όπου ο πολιτισμός βοηθά αναβιώσουν περιθωριοποιημένες περιοχές της πόλης. Τέτοιες στρατηγικές εφαρμόζονται στο Μπουένος Άιρες, στη Νέα Υόρκη, στο Τορόντο και στο Λονδίνο μεταξύ άλλων.
- Η δεύτερη αρχή της στρατηγικής που υιοθετείται από πολλές πόλεις είναι να τονίσει τη σημασία της συνεργασίας μεταξύ του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα. Την άποψη δηλαδή ότι, ο πολιτισμός ωφελείται από μία μικτή οικονομία, όπου τα ιδιωτικά και τα δημόσια στοιχεία ενισχύουν το ένα το άλλο.

Η «Σύμβαση Δωρεάς».

Στις 9 Αυγούστου του 2009 δημοσιεύεται στο Φύλλο Εφημερίδας της Κυβέρνησης η «Σύμβαση Δωρεάς» μεταξύ του «Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος» και του Ελληνικού Δημοσίου για το «Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος». Το ελληνικό κράτος προσφέρει έκταση διακόσια ογδόντα τρία (283) στρεμμάτων στο Ίδρυμα, για να κατασκευάσει το Κέντρο, με έξοδα που εκτιμώνται στα τετρακόσια σαράντα(440) εκατομμύρια ευρώ. Η κυβέρνηση Κ. Καραμανλή (με υπουργό Πολιτισμού τον Αντώνη Σαμαρά) και η συντριπτική πλειοψηφία των Μ.Μ.Ε. έκτοτε παρουσιάζουν τη συμφωνία ως μια ιδιαίτερης εθνικής και κοινωνικής βαρύτητας δωρεά του εφοπλιστή προς το κράτος, με σκοπό την προστασία και ανάπτυξη του Πολιτισμού. Σύμφωνα, όμως, με όσα προβλέπει η Σύμβαση, το νέο Κέντρο Πολιτισμού δεν θα ανήκει στο ελληνικό κράτος.

Το (όχι ακριβώς) δημόσιο Κέντρο Πολιτισμού.

Τη διαχείριση του Κέντρου Πολιτισμού προβλέπεται ότι αναλαμβάνει η νεοσύστατη ανώνυμη εταιρεία ειδικού σκοπού «Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος Α.Ε.», που μετά την κατασκευή του Κέντρου πρόκειται να στελεχωθεί (βάσει Συμβάσεως) από φυσικά πρόσωπα, που θα επιλέξει το κράτος μέσω διαγωνισμού. Η Σύμβαση αναφέρει ότι αυτή η Α.Ε. «δεν υπάγεται στον ευρύτερο δημόσιο τομέα [...] και θα λειτουργεί ως φορέας ιδιωτικού δικαίου». Ωστόσο απολαμβάνει σημαντικών προνομίων, όπως η απαλλαγή της εταιρείας από «κάθε φύσης φόρους» εκτός Φ.Π.Α. και ανταποδοτικών τελών. Μπορεί όμως η Σύμβαση να μειώνει εντυπωσιακά τα οικονομικά οφέλη του Δημοσίου από το Κέντρο Πολιτισμού, αλλά προβλέπει ρητά ότι μεταξύ των εσόδων της Α.Ε. είναι «η επαρκής χρηματοδότηση από το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών».

Παρά το γεγονός ότι Εθνική Βιβλιοθήκη και Εθνική Λυρική Σκηνή θα φιλοξενούνται πλέον σε ένα «δημόσιο κτίριο», είναι υποχρεωμένες να πληρώνουν ενοίκιο για την παραμονή τους εκεί. Η Σύμβαση προβλέπει ότι η εταιρεία που θα διαχειρίζεται το Κέντρο Πολιτισμού θα λαμβάνει έσοδα από την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών προς την Εθνική Βιβλιοθήκη και την Εθνική Λυρική Σκηνή καθώς και από την εκμετάλλευση των υποδομών του Κέντρου Πολιτισμού και την παροχή υπηρεσιών για την κάλυψη των λειτουργικών αναγκών των υποδομών αυτών. Τα έξοδα αυτά, σύμφωνα με την Έκθεση του Γενικού Λογιστηρίου του Κράτους, όταν ψηφίστηκαν οι όροι της Σύμβασης, θα οδηγήσουν σε ανάγκη αύξησης της χρηματοδότησης προς τις δύο αυτές δομές.

Ενοίκιο ή έξωση

Η Έκθεση του Γενικού Λογιστηρίου προέβλεπε ότι, για τα έξοδα στέγασης στο νέο Κέντρο Πολιτισμού, Εθνική Βιβλιοθήκη και Εθνική Λυρική Σκηνή θα λαμβάνουν επιπλέον δέκα και πέντε εκατομμύρια ευρώ αντίστοιχα. Με τα σημερινά οικονομικά δεδομένα μοιάζει για αρκετούς ιδιαίτερα δύσκολο το ελληνικό κράτος να ανταποκριθεί σε αυτές τις νέες υποχρεώσεις. Σε περίπτωση μάλιστα που γίνει πραγματικότητα το παραπάνω σενάριο, το Κέντρο Πολιτισμού μπορεί προχωρήσει σε εξώσεις. Η Σύμβαση αναφέρει χαρακτηριστικά ότι σε περίπτωση που το Ίδρυμα κρίνει ότι η Λυρική ή η Βιβλιοθήκη παραβιάζουν τους όρους χρήσης «δικαιούται να λύσει τη Σύμβαση με μονομερή έγγραφη δήλωσή του προς το ελληνικό δημόσιο, η οποία θα αναφέρει τους λόγους λύσης».

Ένα τέτοιο σενάριο σίγουρα δεν είναι απίθανο. Ο κίνδυνος μη ανταπόκρισης και εν τέλει απομάκρυνσης είναι ορατός για τη Λυρική Σκηνή, η οποία, εμφανίζει ήδη

ετήσια ζημία. Τα επιπλέον έξοδα για την στέγαση της στο Κέντρο Πολιτισμού θα επιβαρύνουν την ήδη επιβαρυσμένη οικονομική της κατάσταση ενώ είναι πολύ πιθανό τα έξοδα να μην καλύπτονται επαρκώς.

Το πρόβλημα του υψηλού κόστους δεν είναι το μόνο όμως για τη Λυρική, καθώς εκφράζονται και σοβαρά ερωτήματα για το εργασιακό καθεστώς στο Κέντρο Πολιτισμού. Η Σύμβαση προβλέπει ότι «το Ίδρυμα προτίθεται να εξετάσει σε συνεργασία με την Ε.Β.Ε., την Ε.Λ.Σ. και τον Οργανισμό το ενδεχόμενο δημιουργίας προγραμμάτων μαθητείας (stage), που απευθύνονται σε νέες και νέους διαφόρων ειδικοτήτων, (στους οποίους θα περιλαμβάνεται αριθμός εργαζομένων στην Ε.Β.Ε., στην Ε.Λ.Σ. και στον Οργανισμό), τα οποία και θα χρηματοδοτήσει». Τα σωματεία των εργαζομένων της Λυρικής έχουν ζητήσει επανειλημμένα της λεπτομέρειες για το νέο εργασιακό καθεστώς από την διοίκηση της Εθνικής Λυρικής, που ωστόσο αρνείται να τους απαντήσει συγκεκριμένα.

Τι κερδίζει ο όμιλος Νιάρχου

Παρά τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, μοιάζει αδιαμφισβήτητο ότι η οικογένεια δαπανά οικειοθελώς ένα σεβαστό ποσό για την ανέγερση ενός πολυχώρου που θα προωθήσει πολιτιστικές δραστηριότητες. Η δωρεά, παρά τα οφέλη που παρουσιάζονται πως θα «προσφέρουν» στο δημόσιο και τους πολίτες, ευνοεί για πολλούς σε μεγάλο βαθμό και το ίδιο το Ίδρυμα. Πρώτα από όλα τίθεται το ζήτημα της γενικότερης διαφήμισης γύρω από το ίδρυμα και την οικογένεια που πραγματοποίησε τη δωρεά.. Το όνομα του «ευεργέτη» θα βρίσκεται, σύμφωνα με τη Σύμβαση, σε κάθε μορφής υλικό που θα συνδέεται με τις δραστηριότητες της Εθνικής Βιβλιοθήκης και της Εθνικής Λυρικής Σκηνής (αφίσες, ενημερωτικά φυλλάδια, προσκλήσεις κ.α.), ενώ υπάρχει δέσμευση ότι η κεντρική αίθουσα της Ε.Β.Ε. καθώς και η κεντρική σκηνή της Ε.Λ.Σ. θα φέρουν η κάθε μια χωριστά την ονομασία «Αίθουσα Σταύρος Νιάρχος». Παράλληλα, η «Σύμβαση Δωρεάς» αναφέρει ότι το Ίδρυμα, διατηρεί επ' αόριστον το δικαίωμα να χρησιμοποιεί άνευ ανταλλάγματος τις Εγκαταστάσεις, τις Βοηθητικές Εγκαταστάσεις και το Πάρκο Σταύρος Νιάρχος, για τη διενέργεια από αυτό με δικές του δαπάνες εκδηλώσεων. Ουσιαστικά το Ίδρυμα Νιάρχου κατασκευάζει έναν πολυχώρο πολιτισμού, τον οποίο θα συνεχίζει να χρησιμοποιεί για πάντα, δωρεάν. Απλώς, ένα μέρος αυτού του πολυχώρου θα στεγάσει δύο δημόσιες πολιτιστικές δομές, ενοικιάζοντας τις εγκαταστάσεις.

«Τη δωρεά μας πίσω»

Ίσως όμως ο σημαντικότερος όρος της συμφωνίας μεταξύ ελληνικού κράτους και Ιδρύματος Νιάρχου, είναι αυτός που δίνει τη δυνατότητα στο Ίδρυμα, όχι μόνο να

διακόψει οποιαδήποτε στιγμή τη Σύμβαση, αλλά να ζητήσει πίσω το σύνολο της επένδυσης του. Σε περίπτωση που το ίδρυμα Νιάρχου επιλέξει να «σπάσει» τη Σύμβαση, έχει δικαίωμα να ζητήσει από το ελληνικό Δημόσιο ολόκληρο το κόστος υλοποίησης του Κέντρου Πολιτισμού, δηλαδή τα τετρακόσια σαράντα 440 εκατομμύρια που δαπάνησε.

Συγκεκριμένα ο νομικός σύμβουλος του Ιδρύματος αναφέρει σε συνέντευξή του:

«Έχουμε το δικαίωμα να προσφύγουμε στη Δικαιοσύνη και να ζητήσουμε να μας επιστραφεί ολόκληρο το ποσό που δαπανήθηκε για την ανέγερση και τον εξοπλισμό – σχεδόν 600 εκατομμύρια ευρώ -, υπό τον όρο ότι τα χρήματα που θα εισπράξουμε θα διοχετευθούν σε φιλανθρωπικές δράσεις στην Ελλάδα».

Εντύπωση επίσης προκαλεί το γεγονός ότι από την στιγμή που το Ίδρυμα ζητήσει πίσω τα χρήματα του, το κράτος έχει προθεσμία μόλις τριών μηνών για να ικανοποιήσει το αίτημα αυτό. Μοιάζει ξεκάθαρο ότι σε περίπτωση που το Ίδρυμα επιλέξει να «πατήσει το κουμπί» και να απαιτήσει περίπου μισό δισεκατομμύριο από το ελληνικό κράτος μέσα σε τρεις μήνες, το Δημόσιο θα βρεθεί μπροστά σε ένα δυσθεώρητο πρόβλημα.

Το «νέο» κέντρο της Αθήνας χωρίς την Εθνική Λυρική Σκηνή και την Εθνική Βιβλιοθήκη

Η «νέα» Αττική.

Ο δήμος Αθηναίων σε συνεργασία με την Περιφέρεια Αττικής βρίσκεται σε διαδικασία επεξεργασίας συνολικού σχεδίου που αφορά τη «Νέα Αθήνα». Ένα «λίφτινγκ» στο κέντρο της Αθήνας, ώστε να μετατραπεί η πρωτεύουσα σε μια πόλη «ελκυστική» για τους κατοίκους της αλλά και τους τουρίστες, περιλαμβάνουν τα σχέδια της Περιφέρειας και Δήμου Αθηναίων. Η «αισθητική» αλλά και «λειτουργική αναβάθμιση» της πρωτεύουσας υπολογίζεται ότι θα ξεκινήσει από το «Ιστορικό Τρίγωνο» και θα συνεχιστεί με τη δημιουργία του Μητροπολιτικού Πάρκου στη περιοχή του Γουδή, το οποίο εμφανίζεται και εξαφανίζεται από τον δημόσιο σχεδιασμό εδώ και περίπου τρεις δεκαετίες. Το επόμενο βήμα θα περιλαμβάνει την ανάπλαση στα Κουντουριώτικα, με επίκεντρο το παλιό γήπεδο του Παναθηναϊκού και παρεμβάσεις στην περιοχή του Ελαιώνα.

Από το κέντρο έως τον Ελαιώνα

Εμβληματικού χαρακτήρα σχεδιάζεται να είναι οι παρεμβάσεις στο κέντρο της πόλης, το οποίο περικλείεται μεταξύ των οδών Σταδίου, Πειραιώς και Ερμού. Η περιοχή θα χωριστεί σε τρεις ενότητες: «Γεράνι», «Εμπορικό Τρίγωνο» και

«Ψυρρή - Πλατεία Κουμουνδούρου». Τα σημεία, αν και διαφορετικού χαρακτήρα, θα αναπτυχθούν διατηρώντας την ετερόκλητη φυσιογνωμία τους.

Οι πρώτες επεμβάσεις θα ξεκινήσουν με άξονα την οδό Αθηνάς. Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει ανάπτυξη πρασίνου στα πεζοδρόμια και πεζοδρομήσεις στους κάθετους δρόμους, όπως π.χ. στην οδό Βλαχάβα, στην Καΐρη, στη Βύσσης κ.λπ.

Για την Πλατεία Θεάτρου προβλέπεται η υλοποίηση της υφιστάμενης από το 2010 μελέτης²⁸ για τον ανασχεδιασμό τόσο της πλατείας όσο και των κάθετων στην οδό Μενάνδρου δρόμων έως και τη Βαρβάκειο Αγορά. Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει ακόμη και επεμβάσεις στις όψεις των εμβληματικών κτιρίων στη συγκεκριμένη γειτονιά.

Οι παρεμβάσεις θα φτάσουν έως και το Γκάζι, όπου σχεδιάζεται η απομάκρυνση του αμαξοστασίου των τρόλεϊ και ενοποίηση του χώρου με τον παρακείμενο αρχαιολογικό χώρο. Για τον Ελαιώνα, το σχέδιο ανάπλασης περιλαμβάνει εγκατάσταση υποδομών αθλητισμού και πολιτισμού. Παραμένει ωστόσο ως προοπτική η ολοκλήρωση του ημιτελούς εμπορικού κέντρου Βωβού, με μειωμένα οικοδομικά μεγέθη.

Η μελέτη του ΕΜΠ. Η δημιουργία ενός Μητροπολιτικού Πάρκου στου Γουδή.

Ο σχεδιασμός θα γίνει με επίκεντρο τη μελέτη του ΕΜΠ. Σε αυτή, μεταξύ άλλων, προτείνονται:

- Επανασχεδιασμός των πεζοδρομίων σε όλο το μήκος της Κατεχάκη, ώστε να είναι εύκολη η προσέγγιση των πολιτών στο πάρκο.
- Αποκατάσταση της ενότητας του Ιλισού και δημιουργία μονοπατιών κατά μήκος του ρέματος.
- Ανάπλαση του φυσικού χώρου πάνω από την Πολυτεχνειούπολη.
- Διατήρηση της λειτουργίας των διατηρητέων κτιρίων και των προστατευόμενων σημείων με τις σημερινές χρήσεις τους όσον αφορά στα νοσοκομεία, στις εγκαταστάσεις εκπαίδευσης, τις νέες χρήσεις πολιτισμού κ.ά.
- Δημιουργία αξόνων κίνησης πεζών και ποδηλάτων. Ο πρώτος θα ξεκινά από τη Λεωφόρο Μεσογείων και θα φτάνει στου Ζωγράφου, ο δεύτερος από την οδό Παπαδιαμαντοπούλου (δίπλα στα Νοσοκομεία Παίδων) και θα καταλήγει στον

²⁸ Το έργο της ανάπλασης στην Πλατεία Θεάτρου, πριν από περίπου τέσσερα χρόνια, το Κεντρικό Συμβούλιο Πολεοδομικών Θεμάτων και Αμφισβητήσεων είχε εγκρίνει την τροποποίηση του ρυμοτομικού σχεδίου στην περιοχή και πριν από περίπου έναν χρόνο δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως το σχετικό Προεδρικό Διάταγμα του υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας.

Ιερό Ναό της Αγίας Σκέπης στου Παπάγου και ο τρίτος θα εισέρχεται από τη συμβολή των οδών Γ. Παπανδρέου και Μεγ. Αλεξάνδρου και θα ακολουθεί τον Ιλισό κατά μήκος των οδών Ούλοφ Πάλμε και Γ. Παπανδρέου, περνώντας υπογείως από τη Λεωφόρο Κατεχάκη.

Στα κτίρια που βρίσκονται στον πυρήνα του πάρκου, και εφόσον κριθούν ως αξιόλογα, διατηρούμενα και επαναχρησιμοποιούμενα, θα επιτρέπονται χρήσεις αθλητισμού, πολιτισμού και μικρών αναψυκτηρίων.

- Νέο γήπεδο για τον Παναθηναϊκό και ανάπλαση στα Κουντουριώτικα.

Στην άκρη του Μητροπολιτικού Πάρκου, ανάμεσα στον Ιλισό και στο Νοσοκομείο της Αεροπορίας (ΓΝΑ 251), εκεί όπου η μελέτη του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου προέβλεπε τη δημιουργία εγκατάστασης εκπαιδευτικών και εκθεσιακών κήπων με θερμοκήπιο, χωροθετείται πλέον το νέο γήπεδο του Παναθηναϊκού. Ο χώρος βρίσκεται δίπλα στον σταθμό Κατεχάκη του υφιστάμενου Μετρό. ενώ είναι εύκολη η πρόσβαση και οδικώς από την Αττική Οδό. Επίσης, η νέα γραμμή 4 του Μετρό, όπως έχει σχεδιαστεί, θα ξεκινά από το Γαλάτσι και θα καταλήγει ακριβώς έξω από το σημείο όπου σχεδιάζεται να κατασκευαστεί το νέο γήπεδο. Εξάλλου, η απελευθέρωση της έκτασης όπου βρίσκεται το παλαιό γήπεδο στη Λεωφόρο Αλεξάνδρας είναι απαραίτητη προκειμένου να προχωρήσει η περίφημη ανάπλαση της περιοχής, ένα όνειρο των κατοίκων στα Κουντουριώτικα από τη δεκαετία του '80, τότε που εξαγγέλθηκε για πρώτη φορά το σχέδιο διπλής ανάπλασης Αλεξάνδρας-Βοτανικού, το οποίο ποτέ δεν κατάφερε να λειτουργήσει. Το σημερινό σχέδιο προβλέπει υπογειοποίηση της λεωφόρου προκειμένου να δημιουργηθεί υπέργεια ένας ενιαίος χώρος, ο οποίος θα ξεκινάει από τους πρόποδες του Λυκαβηττού και θα φτάνει έως το συγκρότημα των προσφυγικών πολυκατοικιών.

Η ταυτόχρονη ανάπλαση του Φαληρικού μετώπου.

Με ταχείς ρυθμούς δρομολογείται από την Περιφέρεια Αττικής η ανάπλαση του φαληρικού όρμου, μια παρέμβαση που έρχεται πλέον να προστεθεί στις μεγάλης κλίμακας παρεμβάσεις για την Αθήνα. Ενώ η κατασκευή του «Κέντρου Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος» ολοκληρώθηκε, η ανάπλαση του φαληρικού όρμου τώρα ξεκινάει. Τα σχέδια του τρόπου πραγματοποίησης της ανάπλαση έγιναν μετά «δωρεά» του Ιδρύματος Νιάρχου, που όπως φαίνεται ενδιαφέρεται για τον περιβάλλοντα χώρο του Κέντρου Πολιτισμού. Είναι σημαντικό να επισημάνουμε πως το έργο, για το οποίο η Περιφέρεια Αττικής προσφέρει το 40% των αποθεματικών της, είχε εξαιρεθεί από το προηγούμενο ΕΣΠΑ μετά από παρέμβαση της Κομισιόν, που το θεώρησε «έργο-βιτρίνα». Τον Ιούνιο του 2011 ο ιταλός αρχιτέκτονας Ρέντζο Πιάνο παρουσίασε την μελέτη του για την ανάπλαση των πάνω από επτακοσίων (700) στρεμμάτων του φαληρικού

όρμου, μια μελέτη κόστους περίπου τριών (3) εκατομμυρίων ευρώ που χρηματοδοτήθηκε από το Ίδρυμα Νιάρχου. Η μελέτη έγινε δεκτή σε κλίμα αισιοδοξίας από την κοινή γνώμη. Η τότε κυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας, αφού χαρακτήρισε «εκπληκτικά» τα σχέδια, άλλαξε τον επιτρεπόμενο συντελεστή δόμησης από τα δύο χιλιάδες πεντακόσια (2.500) τ.μ. στα τέσσερις χιλιάδες (4.000) τ.μ. προκειμένου η νομοθεσία να ανταποκρίνεται στη μελέτη του Πιάνο. Το κόστος της ανάπλασης, αρχικά ορίστηκε γύρω στα διακόσια έως διακόσια πενήντα (200-250) εκατομμύρια ευρώ, που επρόκειτο να βρεθούν μέσω του προγράμματος ΕΣΠΑ. Τελικά υπολογίστηκε στα τριακόσια σαράντα (340) εκατομμύρια ευρώ, ωστόσο το σχέδιο χρηματοδότησης από το ευρωπαϊκό πρόγραμμα απέτυχε, καθώς η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το χαρακτήρισε «έργο – βιτρίνα» αχρειαστο για την Ελλάδα που έχει άλλες, βασικές ανάγκες να ικανοποιήσει. Το έργο «πάγωσε» και οι συζητήσεις για την ανάπλαση ξεκίνησαν ξανά την άνοιξη του 2015. Τελικά, τα έργα της ανάπλασης διαμορφώθηκαν και ανάδοχος των έργων είναι η εταιρεία Άκτωρ.

Αντί επιλόγου.

Η ιδέα ότι ο πολιτισμός που πλέον διευρύνεται ως έννοια και περιλαμβάνει κοινωνικούς, οικονομικούς και πολιτικούς στόχους, μπορεί να λειτουργήσει ως φορέας της αστικής οικονομικής ανάπτυξης, συνάδει με την επικρατούσα αντίληψη σύμφωνα με την οποία οι πόλεις επιζητούν την ενίσχυση της ανταγωνιστικής τους θέσης στον παγκόσμιο χάρτη. Ο πολιτισμός παρέχει μια ισχυρή εναλλακτική στο μεταβιομηχανικό κόσμο . Για το λόγο αυτό, οι πόλεις επιχείρησαν να ενσωματώσουν την παραγωγή και την κατανάλωση του πολιτισμού ως τμήματα των προσπαθειών τους για τη διατήρηση ενός νέου βιομηχανικού μέλλοντος. Πέραν της ικανότητάς του να προσφέρει ισχυρά μέσα για την προσέλκυση δημιουργικών ανθρώπων σε μια πόλη, η κυριαρχία του πολιτισμού έχει βαθιές διαβρωτικές ή τουλάχιστον μετασηματιστικές επιδράσεις σε πολλές τοπικές κουλτούρες. Μέσα από τους μηχανισμούς της πολιτιστικής βιομηχανίας, διαμορφώνονται ταυτότητες καθώς επίσης αναπτύσσονται τοπικές οικονομίες. Ο νέος παγκόσμιος πολιτισμός με άλλα λόγια είναι κυρίαρχα εμπορευματοποιημένος, απαλλαγμένος από ρίζες ή τόπους. Ως εκ τούτου, η παρουσία ενός ισχυρού «πολιτικού πολιτισμού», ενός πολιτισμού δηλαδή που θα χαρακτηρίζει την πόλη και θα διαποτίζει τις διεργασίες που πραγματοποιούνται εντός αυτής, θεωρείται απαραίτητο στοιχείο για την ύπαρξη μιας συγκροτημένης εθνικής πολιτικής και τη διάπλαση ενεργών δημοτών, οι οποίοι δεν αρκούνται στο να παραμένουν απλοί θεατές και αποδέκτες των κοινωνικών και πολιτικών δρωμένων, αλλά διαμορφώνουν με τη δράση τους τις εξελίξεις στην πόλη τους . Ο πολιτιστικός σχεδιασμός αναδεικνύεται στην κατεύθυνση αυτή σε αποτελεσματικό μέσο με τον οποίο οι πόλεις συναγωνίζονται διεθνώς(και συνεχώς), φιλοδοξώντας μια υψηλή θέση στο

παγκόσμιο δίκτυο δημιουργικών και σύγχρονων πόλεων .Στο πνεύμα αυτό, αναπτύσσονται πρωτοβουλίες όπως η προώθηση της πολιτιστικής δραστηριότητας, η ανέγερση και διαμόρφωση πολιτιστικών χώρων και άλλων χώρων αναψυχής και ψυχαγωγίας, που στοχεύουν, όπως προαναφέρθηκε, στην αναγέννηση του αστικού βίου και στην «αναζωογόνηση» της πόλης.

Ο Πολιτισμός και ο πολιτιστικός πλούτος μίας χώρας, αποτελεί μείζονος σημασίας στοιχείο τουριστικής έλξης. Ανέκαθεν οι άνθρωποι ταξίδευαν για να γνωρίσουν μορφές και στοιχεία του πολιτισμού άλλων χωρών. Έτσι, δεν είναι λίγες οι φορές, όπου τομείς του πολιτιστικού κλάδου αντιμετωπίζονται από την τουριστική βιομηχανία ως προϊόν, καθαρά τουριστικό. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός «τουριστικού» πολιτισμού, ο οποίος δεν σχετίζεται με το νόημα του αυθεντικού πολιτισμού ενός τόπου, παρά αποτελεί δημιουργία της τουριστικής βιομηχανίας που στόχο έχει να ανταποκριθεί στα πολιτισμικά στερεότυπα και τις «απαιτήσεις» των τουριστών. Υπάρχουν περιπτώσεις που η εφαρμογή πολιτιστικής πολιτικής με αποκλειστικό σκοπό την αναζωογόνηση της πόλης και άρα την προσέλκυση του τουριστικού κεφαλαίου, είχε, σε μικρότερο ή σε μεγαλύτερο βαθμό, θετικά αποτελέσματα. Βέβαια τα αδύνατα σημεία της πολιτικής αυτής επικεντρώνονται στο γεγονός της κυνικής εκμετάλλευσης του πολιτισμού, ο οποίος χρησιμοποιείται απλώς ως μοχλός οικονομικής και τουριστικής ανάπτυξης. Με βάση αυτή τη προσέγγιση, η πολιτιστική πολιτική αντιμετωπίζεται και αξιολογείται μόνο από την άποψη των οικονομικών ωφελειών (π.χ. πόσες νέες θέσεις εργασίας δημιουργούνται μέσω της ανάπτυξης πολιτιστικών βιομηχανιών και τουρισμού). Μερικές φορές μάλιστα, η πολιτική αυτή, κυρίως όσο αφορά στα έργα αστικής ανάπλασης, διαμορφώνεται με βάση τις αξιώσεις της αγοράς, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι λειτουργικές ανάγκες της πόλης. Θα είναι άραγε λειτουργική η νέα χωροθέτηση της Εθνικής Βιβλιοθήκης που βρίσκεται πλέον μακριά από τα πανεπιστήμια και σε μια περιοχή με όχι και τόσο καλή συγκοινωνία όπως αυτή που υπάρχει στο κέντρο της Αθήνας?

Επιπρόσθετα, ποιός ο ρόλος της νέας στέγης της Εθνικής Λυρικής Σκηνής η οποία απομακρύνεται από το ιστορικό κτίριο στο οποίο στεγαζόταν όλα αυτά τα χρόνια (κτίριο που το πιθανότερο είναι πως θα παρακμάσει.)

Η ανάδειξη του πολιτισμού σε τουριστικό πόλο προκαλεί αλλαγές στα πολιτιστικά δεδομένα της κοινωνίας υποδοχής. Οι αλλαγές αυτές συνδέονται με την εμπορευματοποίηση και ανατροπή του νοήματος της τοπικής (όχι με αυστηρούς όρους) πολιτιστικής παράδοσης και τη φθορά και υποβάθμιση του δομημένου περιβάλλοντος, στο βαθμό που αυτό αποτελεί στοιχείο του πολιτισμού. Οι εξελίξεις αυτές συνδέονται με την ανάπτυξη του οργανωμένου μαζικού τουρισμού και είναι περισσότερο εμφανές σε περιοχές του αναπτυσσόμενου κόσμου, οι οποίες θεωρούνται πολιτιστικά και περιβαλλοντικά

«παραδοσιακές» και «καθαρές» και ανταποκρίνονται έτσι στις αναζητήσεις των τουριστών για «αυθεντικές εμπειρίες από άλλους τόπους και άλλες εποχές μακριά από την καθημερινότητά τους» (MacCannell, 1976). Μήπως όμως οι εμπειρίες που προσφέρονται στους τουρίστες διαφέρουν από την αυθεντικότητα του τουρισμού, την οποία επιζητούν και αναζητούν οι επισκέπτες ; Μήπως πρόκειται για κατασκευασμένες πραγματικότητες οι οποίες έχουν σχεδιαστεί με αποκλειστικό σκοπό τη διασκέδαση των τουριστών (η αναζωογόνηση της πόλης που αποσκοπεί στη προσέλκυση τουριστών, «αναζωογονεί» τους τουρίστες και λειτουργεί ως απόδραση από την έλλειψη αυθεντικότητας που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη ζωή) ; Πρόκειται για αυτό που ο Boorstin (1964) αποκαλεί ψευδογεγονός στον τουρισμό. (Clarke,2003) Πρόκειται άραγε για τη δημιουργία μιας «σκηνοθετημένης αυθεντικότητας» που σκοπό έχει να ικανοποιήσει τις τουριστικές απαιτήσεις, όπως αυτές έχουν δημιουργηθεί βάσει στερεοτύπων;

Η εμπορευματοποίηση του πολιτισμού και των πολιτιστικών προϊόντων, η ανακατασκευή της πολιτιστικής παραγωγής στο πλαίσιο της πολιτιστικής βιομηχανίας συγκλίνουν ως ένα βαθμό, στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, η σύγκλιση όμως αυτή είναι μάλλον μια ευκολία παρά μια γνήσια μετατροπή προς όφελος του πολιτισμού και του πολιτιστικού κεφαλαίου. Για παράδειγμα, η κατασκευή δαπανηρών πολιτιστικών εμβλημάτων, των λεγόμενων έργων-βιτρίνας απορροφούν σε πόλεις, όπως η Ελλάδα του 2017, το μεγαλύτερο μέρος του πολιτιστικού προϋπολογισμού, με αποτέλεσμα να παραμελείται η κτιριακή, και όχι μόνο, υποδομή μικρότερης κλίμακας που είναι απαραίτητη για την ικανοποίηση των τοπικών, συνοικιακών και περιφερειακών πολιτιστικών αναγκών και ταυτόχρονα οξύνεται η περιθωριοποίηση της πολιτιστικής ζωής και οξύνονται οι κοινωνικές και γεωγραφικές ανισότητες.

Είναι σημαντικό να κατανοηθεί ότι ο τομέας του πολιτισμού είναι συγκεντρωμένος σε αστικά πολεοδομικά clusters και ότι πολλά από αυτά διαμορφώνουν το χαρακτήρα που έχει η πόλη αυτή κάθε αυτή: τα δισκοπωλεία, οι μεγάλες και μικρές μουσικές αίθουσες, οι βιβλιοθήκες και τα βιβλιοπωλεία, τα μουσεία και οι γκαλερί, τα πάρκα και οι ανοιχτοί χώροι, οι ομάδες ποδοσφαίρου και τα γήπεδα, οι φοιτητές και οι καφετέριες. Εν συντομία, ένας ζωντανός πολιτιστικός τομέας, «προγραμματισμένος» και αυθόρμητος ταυτόχρονα, είναι ένα ζωτικό κομμάτι της αστικής εμπειρίας. Ο πολιτισμός είναι ενσωματωμένος σε ευρύτερες κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές σχέσεις. Η κουλτούρα είναι αυτή που είναι παρούσα σε κάθε δήμο και σε κάθε γειτονιά. Είναι γεγονός πώς η ενεργή στην πολιτική ζωή συμμετοχή του πολιτιστικού τομέα, μπορεί να επιφέρει ένα σύνολο θετικών αποτελεσμάτων, πέρα από την διασκέδαση και την αισθητική, δημιουργώντας και διατηρώντας την ταυτότητα, την οικοδόμηση της κοινωνικής συνοχής, την προώθηση της ανάπτυξης της κοινότητας και της συμμετοχής των

πολιτών, ενισχύοντας έτσι την ευημερία και τη δημιουργία της οικονομικής αξίας. Αυτή η «ενσωματωμένη» φύση του πολιτισμού είναι ένας από τους λόγους που δεν συνίσταται η προσπάθεια να αναπτυχθεί ένα ενιαίο σχέδιο, το οποίο αναπαράγεται από την μία πόλη στην άλλη. Σε συνδυασμό με την προσαρμοσμένη, στις ανάγκες και τους σκοπούς της εκάστοτε χώρας, πολιτιστικής πολιτικής, υπάρχουν προκλήσεις οι οποίες οφείλουν να είναι ενταγμένες στον πολιτιστικό σχεδιασμό της κάθε χώρας.

Η πρώτη έχει να κάνει με την επίτευξη μιας ισορροπία μεταξύ της παράδοσης και του νεωτερισμού. Η διεθνής εικόνα μερικών πόλεων είναι πολύ καλά σχηματισμένη από τα ιστορικά μνημεία και την κληρονομιά, ωστόσο, οι πόλεις έχουν την ανάγκη να βρουν τρόπο να αναδείξουν και τον σύγχρονο πολιτισμό τους. Η δεύτερη πρόκληση είναι πως θα διατηρηθεί μια αίσθηση του τοπικού και του συγκεκριμένου σε ένα κόσμο που προχωράει γρήγορα προς την παγκοσμιοποίηση. Όπως οι ιδέες και οι άνθρωποι κινούνται ολόένα και περισσότερο ελεύθεροι πέρα των συνόρων, είναι δύσκολο να διατηρηθούν τα διακριτικά στοιχεία του πολιτισμού της πόλης. Πως μπορεί αυτό να γίνει χωρίς να γινόμαστε υπερπροστατευτικοί; Η τρίτη πρόκληση είναι πως μπορεί να συνδεθεί η υποδομή με την συμμετοχή. Παρόλα αυτά, για να αξιοποιηθούν στο μέγιστο τα πολιτιστικά κέντρα πρέπει να εστιάσουν στη συμμετοχή για να βεβαιωθούν ότι οι πολίτες μπορούν να ωφεληθούν στο μέγιστο από τις νέες υποδομές που χτίζουν για αυτούς. Η τέταρτη πρόκληση είναι η εξασφάλιση ότι οι πολιτιστικές ευκαιρίες είναι διαθέσιμες σε όλους τους κατοίκους των πόλεων. εφαρμόζουν στρατηγικές για να προσπαθήσουν να διευκολύνουν την πρόσβαση στον πολιτισμό σε όλες τις κοινότητες.

Η πολιτιστική πολιτική με έμφαση στη οικονομική ανάπτυξη δεν αποτελεί όμως το μοναδικό πρότυπο που εφαρμόζεται σήμερα στις ευρωπαϊκές πόλεις. Σε αρκετές πόλεις, η πολιτιστική πολιτική είναι προσανατολισμένη προς την τοπική κοινότητα και όχι προς το διεθνή χώρο. Σχεδιάζεται επομένως με βάση τους λεγόμενους παραδοσιακούς σκοπούς που σχετίζονται με την τοπική πολιτιστική ανάπτυξη και την αξιοποίηση των αυτόχθονων δυνάμεων του πολιτισμού, την ενσωμάτωση της πολιτιστικής δράσης στη ζωή της πόλης, την ανάδειξη της ιστορικής και καλλιτεχνικής παράδοσης, την προώθηση της συμμετοχής και της αυτοέκφρασης, την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Μερικές φορές μάλιστα παραδοσιακοί και νεωτεριστικοί σκοποί συνυπάρχουν στην πολιτιστική πολιτική της ίδιας πόλης, προωθούμενοι από διαφορετικές ομάδες πίεσης, χωρίς κατ' ανάγκη να συγκρούονται. Σε μακροχρόνια βάση, άλλωστε, οι πιο επιτυχημένες περιπτώσεις είναι εκείνες στις οποίες η πολιτιστική πολιτική διαμορφώνεται έτσι ώστε οι κοινωνικοί στόχοι να συνδυάζονται με τους οικονομικούς και η ενδογενής πολιτιστική ανάπτυξη να συμβαδίζει με τη γενικότερη κοινωνικοοικονομική αναζωογόνηση της πόλης.

ΒΟΥΔΟΥΡΗ, Δ. 2003, Κράτος και Μουσεία, Αθήνα: εκδ. Σάκκουλα

ΓΟΣΠΟΝΔΗ, Α. 2000, «Ο ανταγωνισμός των ευρωπαϊκών πόλεων και οι νέες «χρήσεις» του αστικού σχεδιασμού: μια πρόκληση για τις ελληνικές πόλεις», στην Επιστημονική Επετηρίδα του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Δεκαεπτά κείμενα για το σχεδιασμό, τις πόλεις και την ανάπτυξη, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας

ΔΕΦΝΕΡ, Α. 1999, «Πολιτιστικός τουρισμός και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου: η επίδραση στις λειτουργίες των πόλεων», σε Οικονόμου, Δ. Και Πετράκος, Γ. (επιμ.), Η ανάπτυξη των ελληνικών πόλεων, Βόλος, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας

ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΚΕΠΕ) 1992, Εκθέσεις για το Πρόγραμμα 1988-1992, Πολιτιστική Ανάπτυξη, Αθήνα

ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΚΕΠΕ) 2000, Ο πολιτισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, Αθήνα

ΚΟΝΣΟΛΑ, ΝΤ. 1990, Πολιτιστική δραστηριότητα και κρατική πολιτική στη Ελλάδα, Αθήνα: Παπαζήσης

ΜΠΙΑΝΚΙΝΙ, Φ.- ΠΑΡΚΙΝΣΟΝ, Μ. 1994, Πολιτιστική πολιτική και αναζωογόνηση πόλεων (μετάφραση), Αθήνα, ΕΕΤΑΑ.

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ 2000, Γ' Κοινωνικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πολιτισμός», Αθήνα

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ 1995, Β' Κοινωνικό Πλαίσιο Στήριξης 1994-1999. Πολυταμειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Τουρισμός - Πολιτισμός», Αθήνα

COUNCIL OF EUROPE 1997, In from the margins, A contribution to the debate on Culture and Development in Europe, Strasbourg

COUNCIL OF EUROPE 2003, "Greece", στη σειρά Cultural Policies in Europe: a compendium of basic facts and trends.

CORIKN, E. – MOMMAS, H. 1995, "Urban cultural policies in Europe" in Council of Europe, The European Report on Culture and Development, Strasbourg

CROUZET, Ph. 1983, «The concept of cultural planning» in FRENCH COMMISSION FOR UNESCO, Culture and Planning, Paris.

EVANS, G. 2001, Culture Planning and urban renaissance? London

GIRARD, A. 1983, Cultural development: experiences and policies, Paris: Unesco

KONSOLA, D. 1988, "Decentralisation and cultural policy in Greece", Papers of the Regional Science Association 64.

KONSOLA, D. 1999, "La politique culturelle de la Grece", Pole Sud, no 10

LANDRY, C 2000, The Creative City: a toolkit for urban innovators, London Earthscan

LANDRY, C and BIANCHINI, F. 1995, The Creative City, London: Demos

FABRIZIO, C. 1981, "Cultural development in Europe", in UNESCO, Cultural Development, Some Regional Experiences, Paris

MacCannell (1976), The Tourist: A new theory of the leisure class. In Clarke, Al, (2003). The Cultural Tourism Dynamic. Paper presented at the Conference on Developing Cultural Tourism. University of Nottingham, December,

McGUIGAN, J. 1997. Culture and the Public Sphere, London: Routledge

UNESCO 1969, Cultural policy, a preliminary study, Paris

UNESCO 1995, The cultural dimension of development, Paris

04 | Be creative or die:

τάσεις κι επεκτάσεις στον κλάδο της
αρχιτεκτονικής και του design
Μαρία Λατινοπούλου



Έχει βρει το Αρχιμήδειο Σημείο, αλλά το χρησιμοποίησε εναντίον του. Προφανώς αυτή είναι η απαραίτητη προϋπόθεση για την εξεύρεσή του. (Κάφκα)

«αγωνία» κι αγωνία – αντί εισαγωγής

Η ελληνική σημερινή πραγματικότητα βομβαρδίζεται καθημερινά από άρθρα τα οποία αναφέρονται στα υψηλά ποσοστά ανεργίας στο εσωτερικό της χώρας, ιδιαίτερα στα νεαρά άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Πλήθος νέων μεταναστεύει οικειοθελώς στο εξωτερικό σχεδόν καθημερινά σε αναζήτηση εργασίας σχετικής με το αντικείμενο εξειδίκευσής τους, ενώ οι λίγοι ρομαντικοί που (επι)μένουν στην Ελλάδα ουσιαστικά αυξάνουν ολοένα και περισσότερο τους δείκτες ανεργίας.

Στη διαμόρφωση των ερωτημάτων που διατρέχουν την παρούσα διερεύνηση συνετέλεσαν μία σειρά από προσωπικούς παράγοντες και παρατηρήσεις. Το πρώτο ερέθισμα προέκυψε από το ίδιο το «πεδίο» έρευνας, δηλαδή το χώρο της αρχιτεκτονικής με την πιο στενή και στεγνή έννοια. Οπλισμένη με το φρεσκοαποκτηθέν Δίπλωμα Αρχιτεκτονικής και με τις διδαχές του Φατούρου για το περιεχόμενο της αρχιτεκτονικής δημιουργίας ως «την κοσμική αυτή αγωνία μας να περιορίση χάρις εις χώρους που θα την αναιρέσουν», η γράφουσα προσγειώθηκε απότομα στην αγωνία του τρόπου με τον οποίο εφαρμόζεται η αρχιτεκτονική σήμερα όταν η πρώτη δουλειά που της ανατέθηκε ήταν απλά να προσαρμόσει τα σχέδια της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού στα δεδομένα ενός συγκεκριμένου οικοπέδου. Ο εν λόγω έφερε στο εξωτερικό του τον τίτλο «αρχιτεκτονική προμελέτη». Κάπως έτσι προέκυψε η βάση πάνω στην οποία αρθρώθηκε η ερευνητική διαδρομή: στην Ελλάδα της Κρίσης, όπου τα έργα δημόσιου χαρακτήρα περιορίζονται σε μελέτες που αφορούν την ένταξή τους σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ, πώς διαμορφώνεται το επάγγελμα του αρχιτέκτονα; Ποιο είναι το αντικείμενό του; Αν αποκοπεί από το δημιουργικό κομμάτι της ειδικότητάς του, όλη η εξορισμού πηγαία δημιουργικότητά του θα χαθεί ή θα φυτρώσουν νέα «κεφάλια», σαν μία αντίστροφη Λερναία Ύδρα;

Ένα πλήθος από περιπτώσεις νέων ατόμων με αρχιτεκτονική παιδεία το οποίο απασχολείται (και κυρίως αυτοαπασχολείται) σε άλλους δημιουργικούς τομείς ήρθε να δώσει την απάντηση στα προηγούμενα ερωτήματα, δημιουργώντας νέα. Η χρονική σύμπτωση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων αυτών καθώς και οι ομοιότητες στο υπόβαθρο των ατόμων αυτών μοιάζει να συνθέτει μία «τάση», ανοίγοντας ένα πεδίο προς διερεύνηση. Κι ενώ η «διπλοθεσία» υπήρχε ανέκαθεν ως φαινόμενο στον ελληνικό εργασιακό χώρο, μπορούμε να πούμε ότι η περίπτωση η οποία μελετάται στην προκειμένη εργασία αποτελεί διαφορετικό φαινόμενο, καθώς δεν πρόκειται για τη «δέσμευση» δύο προσφερόμενων θέσεων απασχόλησης από το

ίδιο άτομο αλλά πρόκειται για μία μορφή δημιουργικής επιχειρηματικότητας όπου το ίδιο το άτομο «δημιουργεί» τη θέση στην οποία εργάζεται.

Έτσι, η παρούσα εργασία αποτελεί μία διερεύνηση γύρω από τις τάσεις που επικρατούν στον κλάδο των αρχιτεκτόνων, τις διευρύνσεις που υφίσταται ως προς τα πεδία εφαρμογής το επάγγελμά τους, οι περιορισμοί, ο μεταβολές και οι αλλοιώσεις στις οποίες υπεισέρχεται.

διαμορφώνοντας το πλαίσιο διερεύνησης

«Έσω δημιουργικός – αλλιώς πέθανε». Με αυτή τη φράση ο Christopher Dreher ξεκινάει το άρθρο που αναφέρεται στη συνέντευξή του με τον εμπνευστή της Δημιουργικής Τάξης, Richard Florida (Dreher, 2002). Με τα λόγια αυτά συνοψίζει τη νέα προσαγή που φαίνεται να επικρατεί στις σύγχρονες συζητήσεις για αστική ανάπτυξη κι αναζωογόνηση. Η συζήτηση γύρω από ζητήματα Δημιουργικής Τάξης, Οικονομίας και Πόλης έχει ξεκινήσει στον ακαδημαϊκό χώρο εδώ και μερικές δεκαετίες, ουσιαστικά ως απάντηση στην αποβιομηχάνιση των μεγαλουπόλεων, και τις τελευταίες δεκαετίες τα ζητήματα αυτά εντάσσονται στο λεξιλόγιο πολιτικών ιθυνόντων και διακυβευματιών για το σχεδιασμό του χώρου.

Η βιβλιογραφία επάνω στα ζητήματα είναι αρκετά εκτεταμένη. Οι κυριότεροι θεωρητικοί γύρω από το θέμα της δημιουργικής πόλης είναι ο Charles Landry (2000) και ο Richard Florida (2000, 2005) οι οποίοι δίνουν τον ορισμό των βασικών εννοιών και διατυπώνουν τις ελκτικές τάσεις και σχέσεις μεταξύ δημιουργικών επαγγελματιών και χώρου. Οι διατυπώσεις αυτές αγκαλιάστηκαν με ενθουσιώδη τρόπο από ερευνητές διαφορετικών μεταξύ τους ειδικοτήτων (κοινωνιολόγους, πολεοδόμους, οικονομολόγους κ.α.), ωστόσο ακριβώς λόγω του ενθουσιώδους τρόπου με τον οποίο αναδύθηκαν και παρουσιάζονται η δημιουργική οικονομία και η πολιτιστική πολιτική, είναι αναμενόμενη η έντονη κριτική τους. Οι κριτικές αυτές εστιάζουν κυρίως στην μονομέρεια της εκμετάλλευσης του πολιτισμού με όρους branding (πχ Evans, 2003) αλλά και στις κοινωνικές επιπτώσεις της πολιτικής αυτής, καθώς η προώθηση μερικών επιλεγμένων στοιχείων κι αξιών αντανάκλα έναν κοινωνικό διαχωρισμό (Atkinson κ.α., 2009). Εξάλλου, ο ίδιος ο όρος Δημιουργική Τάξη αποτελεί από μόνο του στοιχείο ταξικού διαχωρισμού.

Το γεγονός ότι ο καλλιτεχνικός και πολιτιστικός τομέας εντάσσονται στη θεματική της Δημιουργικής Οικονομίας εγείρει μία σειρά από ερωτήματα. Αυτό που κυρίως αξίζει να αναφερθεί είναι ότι κοινή πρακτική των πολιτιστικών φορέων και σχετικών ομάδων αποτέλεσε κι αποτελεί η επιχειρηματολογία γύρω από τη οικονομική σημασία του πολιτισμού, διεκδικώντας τις αντίστοιχες χρηματοδοτήσεις. Το κατάλληλα διαμορφωμένο λεξιλόγιο γύρω από τα ζητήματα αυτά λειτουργεί ως ένα εργαλείο που τείνει να μετατρέπει τη χρηματοδότηση του πολιτισμού σε αυτοσκοπό, εισάγοντας μάλιστα ένα σύστημα μονάδων μέτρησης της αποτελεσματικότητας και

της εισφοράς του πολιτισμού στην οικονομία και την ανάπτυξη περιοχών και πόλεων. Ωστόσο, δεν υπήρξε καμία πρόβλεψη και καμία εγγύηση ότι δε θα αναχαιτιστεί η χρηματοδότησή τους με την έλευση της κρίσης. Οι προβληματικές καταστάσεις που προέκυψαν καταδεικνύουν τόσο την θεσμική αποτυχία μέση της αργοπορημένης κατανόησης του υψηλού τιμήματος της εισαγωγής στην κούρσα της δημιουργικής οικονομίας όσο και μία γενικότερη κρίση των πολιτιστικών αξιών.

Και μόνο η μελέτη των διατυπώσεων γύρω από τα ζητήματα αυτά καθώς και η συγκριτική παράθεση περιπτώσεων θα μπορούσε να αποτελέσει θέμα εργασίας. Ωστόσο, η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στην έρευνα γύρω από τις διαδικασίες που λαμβάνουν χώρα σε έναν συγκεκριμένο κλάδο που ανήκει σε αυτούς που ορίζονται ως Δημιουργικοί. Βέβαια, δεν ακολουθείται πιστά κάποιος ορισμός της Δημιουργικότητας ούτε επιχειρείται να αποδειχθεί κάποιο από τα ήδη διατυπωμένα μοντέλα. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ως δημιουργικό χαρακτηρίζεται το εγχείρημα το οποίο αποτελεί διεύρυνση του βασικού – στενού βασικού αντικειμένου του επαγγέλματος του αρχιτέκτονα, σε χώρους που έχουν να κάνουν με το σχεδιασμό και τη δημιουργία. Έτσι, η έρευνα δεν πραγματοποιείται βιβλιογραφικά, αλλά μέσα από συζητήσεις και ημιδομημένες συνεντεύξεις με άτομα – κλειδιά. Μέσα από αυτά επιχειρείται η κατανόηση των διαδικασιών που ακολουθούνται και παράγονται μέσα από αυτή τη δραστηριοποίηση.

Το «εδώ» και το «εκεί»

Κοινή αφετηρία όλων των νέων αρχιτεκτόνων που τείνουν να μετατρέπουν το έως τώρα «τεχνικό» αντικείμενο του αρχιτέκτονα σε ένα δημιουργικό κλάδο αποτελεί το στοιχείο ότι όλοι μένουν κι επιμένουν συνειδητά στην Ελλάδα. Στη συντριπτική τους πλειοψηφία έχουν όλοι διαμείνει για ένα σημαντικό χρονικό διάστημα σε κάποια πόλη του εξωτερικού, κυρίως για την πραγματοποίηση των σπουδών τους. Ωστόσο, επέλεξαν να επιστρέψουν στην Ελλάδα. Μέσα από τη συζήτηση με τα άτομα που αποτέλεσαν τις περιπτώσεις – κλειδιά προέκυψαν μερικές πολύ ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις.

Παρά την προβολή στον Τύπο του φαινομένου της εκροής νέων υψηλά καταρτισμένων στο εξωτερικό με σκοπό την εργασία (brain drain), όπου ο τρόπος με τον οποίο προβάλλεται αφήνει να εννοηθεί ότι οι νέοι που έμειναν στο εσωτερικό το βλέπουν ως μία προσωρινή λύση μέχρι να τους δοθεί η ευκαιρία να «φύγουν», για τα άτομα τα οποία ερωτήθηκαν η παραμονή τους στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Αθήνα αποτελεί συνειδητή επιλογή. Σύμφωνα με τα λεγόμενά τους, η παραμονή στο εξωτερικό αντιμετωπίζεται ως μία ευκαιρία για απόκτηση εμπειριών κι ερεθισμάτων. Γι αυτούς η εμπειρία του εξωτερικού λειτούργησε ως ένα «πάτημα» για το ξεκίνημά τους και ως εφόδιο για την μετέπειτα πορεία τους, καθώς η

παραμονή τους εκεί συνδυάστηκε είτε με την παρακολούθηση κάποιου μεταπτυχιακού προγράμματος είτε με την πραγματοποίηση πρακτικής άσκησης.

Ο βασικότερος παράγοντας που φαίνεται να τους αποτρέπει από το να παραμείνουν στο εξωτερικό αφορά τη θέση που επιθυμούν να έχουν στην παραγωγική διαδικασία. Παρά τις θετικές εντυπώσεις και τις χρήσιμες εμπειρίες που αποκόμισαν κατά την εργασία τους σε αρχιτεκτονικά γραφεία, εντοπίζουν ότι η εργασιακή κλίμακα μοιάζει να μεγαλώνει και οι ίδιοι ένιωθαν να έχουν μία απρόσωπη σχέση με το αποτέλεσμα της παραγωγής. Απασχολούμενοι σε ένα συγκεκριμένο, διεκπεραιωτικό κομμάτι της παραγωγικής διαδικασίας, αισθάνονται αποκομμένοι από το στοιχείο της δημιουργίας, η οποία πηγάζει ως ανάγκη για τους ίδιους.

Ταυτόχρονα, αρκετά σημαντικός παράγοντας που οδηγεί την επιλογή τους να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά εντός της Ελλάδας είναι ο προσωπικός, ο οποίος για τους περισσότερους είναι και ο σημαντικότερος παράγοντας. Το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον διαδραματίζει έναν αρκετά σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση αυτής της επιλογής, καθώς απ'ό,τι αναφέρουν μετά το πέρας του διαστήματος κατά το οποίο επέλεξαν να ζήσουν στο εξωτερικό, επέστρεψαν με σκοπό να συνδυάσουν την κοινωνική και οικογενειακή ζωή την οποία δε θέλησαν να αποχωριστούν με την επαγγελματική. Αναγνωρίζοντας τις πιο περιορισμένες ευκαιρίες και τη δυσκολία του εγχειρήματός τους, οι ίδιοι εναπόθεσαν σημαντικό βάρος στη σφαιρικότερη διατύπωση του πως ορίζουν το είδος της ποιότητας ζωής που επιθυμούν.

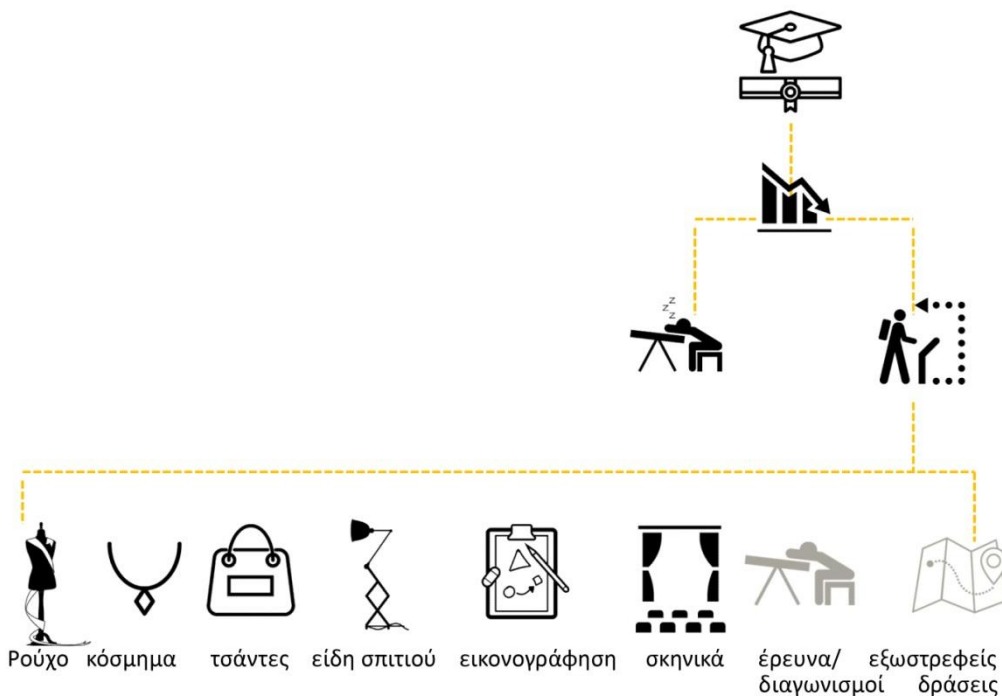
Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι κοινό στοιχείο των ατόμων αυτών είναι ότι προέρχονται από οικογένειες που ανήκουν στη μεσαία τάξη. Αυτό δημιουργεί δύο συνθήκες. Η πρώτη συνθήκη αφορά το ότι είχαν σε ένα βαθμό ένα υπόβαθρο (και πνευματικό και οικονομικό) το οποίο τους στήριξε στα πρώτα τους βήματα, είτε αυτά ήταν οι σπουδές τους είτε ήταν η βοήθεια στο να αποκτήσουν το δικό τους χώρο εργασίας. Η δεύτερη συνθήκη ακολουθεί χρονικά την πρώτη: η μεσαία τάξη είναι αυτή που κυρίως επλήγη από την κρίση. Έτσι, ενώ μέχρι πρότινος τα άτομα αυτά είχαν τη δυνατότητα και την ασφάλεια για να κάνουν ένα δυναμικό ξεκίνημα, πλέον πρέπει να στηριχθούν στις δεξιότητες που μέχρι τώρα απέκτησαν ώστε να πορευτούν με επιτυχία επαγγελματικά. Το στοιχείο αυτό, παρόλο που κατά τη διενέργεια των συζητήσεων και των συνεντεύξεων έμοιαζε να είναι μία απλή σύμπτωση, στην πορεία της εργασίας θα αναδειχθεί ως ιδιαίτερα κρίσιμο.

Επανερχόμενοι λοιπόν στην αμφιταλάντευση μεταξύ του «εδώ» και του «εκεί», για κάποιους η επιστροφή τους συνέβη πριν την κρίση, οπότε και πρόλαβαν να εργαστούν ως «αμιγώς αρχιτέκτονες» ενώ κάποιοι άλλοι δεν το πρόλαβαν καθόλου. Η διαφορά αυτή καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν το αντικείμενο της εργασίας τους και το πώς αυτοπροσδιορίζονται. Και για τις δύο υποπεριπτώσεις η ενασχόληση με αυτά τα αντικείμενα ξεκίνησε από προσωπικό πάθος, σχεδόν από χόμπι, κι επειδή έτυχε να έχει μία κάποια θετική ανταπόκριση,

εξελίχθηκε περαιτέρω. Για τους πρώτους, όμως, η ενασχόληση αυτή γινόταν παράλληλα με την κύρια απασχόλησή τους, που ήταν το αμιγές αντικείμενο της αρχιτεκτονικής. Σήμερα όμως που η τότε κύρια απασχόλησή τους εκλείπει, η μέχρι πρότινος δευτερεύουσα απασχόληση αναδύεται ως η κύρια. Ωστόσο, οι ίδιοι δηλώνουν πως είναι σε εγρήγορση αν τους δοθεί η ευκαιρία να καταπιαστούν με κάποιο αρχιτεκτονικό έργο. Οι ίδιοι αυτοπροσδιορίζονται λοιπόν ως αρχιτέκτονες – σχεδιαστές. Για τους δεύτερους τα πράγματα είναι κάπως διαφορετικά. Οι περισσότεροι εξ αυτών ξεκίνησαν να πειραματίζονται και να δραστηριοποιούνται σε άλλους τομείς ήδη κατά τη διάρκεια των σπουδών τους, ενώ όσοι από αυτούς πραγματοποίησαν μεταπτυχιακές σπουδές ήταν σχετικές με το νέο αντικείμενο με το οποίο ασχολούνται τώρα επαγγελματικά. Χωρίς να είναι απόλυτα αρνητική η απάντησή τους, στην ερώτηση για το αν θα εργάζονταν ως αμιγώς αρχιτέκτονες αν τους γινόταν μία αντίστοιχη πρόταση, η απάντηση ενείχε αρκετό δισταγμό. Τα άτομα αυτά αυτοπροσδιορίζονται ως σχεδιαστές – αρχιτέκτονες, γεγονός το οποίο δηλώνει τη μεγαλύτερη εξοικείωσή τους με άλλους τομείς σχεδιασμού, αλλά παράλληλα σε αυτό κρύβεται και η αντίληψη που αρχίζει να χτίζεται μέσα τους ότι η αρχιτεκτονική στην Ελλάδα της κρίσης περιορίζεται σε μία τεχνική, καθαρά διεκπεραιωτική διαδικασία.

Το «χταπόδι»

Μετά από συζήτηση με μία από τους δημιουργούς-κλειδιά της εργασίας (Νεφέλη Παναγιώτου, αρχιτέκτων, σχεδιάστρια κοσμημάτων), αναδύθηκε η εξής έκφραση: «για να επιβιώσει κανείς σήμερα πρέπει να γίνει σαν το χταπόδι, να βγάλει πλοκάμια και να τα απλώσει προς διάφορες κατευθύνσεις». Η φράση αυτή συνοψίζει τη σημερινή κατάσταση, εξηγώντας την από την πλευρά αυτών που τη βιώνουν.



Εικόνα 4.1: τομείς δραστηριοποίησης, πηγή: ίδια επεξεργασία

Ο τρόπος με τον οποίο ξετυλίγονται οι διαδικασίες και προκύπτουν τα «πλοκάμια» αυτά διαρθρώνεται ως εξής:

Λαμβάνοντας την ευρεία αρχιτεκτονική παιδεία κι ολοκληρώνοντας κανείς το βασικό κύκλο σπουδών, έρχεται αντιμέτωπος με τις περιορισμένες και περιοριστικές συνθήκες που επικρατούν στην αγορά εργασίας. Έτσι, παρουσιάζεται ως σταυροδρόμι το δίλημμα για το ποιο θα είναι το πρώτο του επαγγελματικό βήμα. Η πρώτη επιλογή αφορά την απασχόληση σε κάποιο αρχιτεκτονικό γραφείο με ό,τι αυτό συνεπάγεται: διευρυμένα ωράρια, ενίοτε άτυπη κι αδήλωτη εργασία και κυρίως ενασχόληση με στεγνές και πρακτικές διαδικασίες με χαρακτηριστικότερο παράδειγμα την ενασχόληση μόνο με την απεικόνιση της ιδέας και της πρότασης στη διαμόρφωση της οποίας ελάχιστα συμμετέχουν. Η επιλογή αυτή, παρά τον ακρωτηριασμό στον οποίο υποβάλει τη δημιουργικότητα των εκάστοτε εργαζομένων, αποτελεί μία ασφαλή επιλογή, υπό την έννοια της εξασφάλισης των αναγκαίων μηνιαίων εσόδων μέσω της μισθωτής εργασίας.

Η δεύτερη επιλογή, η οποία είναι και αυτή που αφορά την παρούσα εργασία, περιλαμβάνει την ανάληψη πρωτοβουλίας από πλευράς των νέων αρχιτεκτόνων για τη δημιουργία ενός ατομικού ή συλλογικού εγχειρήματος. Οι κλάδοι στους οποίους επεκτείνονται είναι το κόσμημα, το ρούχο, οι τσάντες, τα έπιπλα και τα είδη σπιτιού, η σκηνογραφία, η εικονογράφηση, οι διάφορες πειραματικές διερευνήσεις και οι αρχιτεκτονικοί διαγωνισμοί καθώς και εξωστρεφείς δράσεις αρχιτεκτονικού περιεχομένου με στόχο την ενημέρωση του κοινού (πχ αρχιτεκτονικοί περίπατοι,

ξεναγήσεις κλπ). Ως παραγωγικοί τομείς θεωρούνται οι έξι πρώτες κατηγορίες με την έννοια ότι εντάσσονται στους αντίστοιχους παραγωγικούς κλάδους. Η προτελευταία κατηγορία αποτελεί μία αφορμή για να εκτονώνουν οι αρχιτέκτονες την ανάγκη τους για δημιουργία, ωστόσο η διαδικασία αυτή στρέφεται γύρω από τους ίδιους, ενώ η τελευταία κατηγορία, παρόλο που δεν αποτελεί παραγωγή με τη χειροπιαστή έννοια του όρου, συνδέεται άμεσα με το ευρύ κοινό. Για τις ανάγκες της εργασίας, οι συζητήσεις και οι συνεντεύξεις έγιναν σε άτομα που δραστηριοποιούνται στους τρεις πρώτους τομείς (κόσμημα, ρούχο, τσάντες) καθώς τα προϊόντα αυτά είναι τα πιο προσφιλή στο αγοραστικό κοινό κι επομένως κρίθηκε ότι θα μας δώσουν μία πληρέστερη εικόνα για το φαινόμενο που μας ενδιαφέρει²⁹.

Κοινός τόπος όλων των παραπάνω κλάδων είναι ότι ο καθένας από αυτούς δεν αποτελεί κάτι τελείως ξένο ως προς την ουσία του σε σχέση με το αντικείμενο της αρχιτεκτονικής. Με άλλα λόγια, η ίδια η αρχιτεκτονική παιδεία, οι ανησυχίες και οι δεξιότητες που αναπτύσσονται μέσα από αυτή ανοίγουν ένα ευρύ φάσμα πεδίων στα οποία μπορεί να ενεργοποιηθεί κάποιος. Βέβαια, παρόλο που η περιγραφή αυτή αγγίζει τα όρια του ορισμού ενός “*homo universalis*”, εντούτοις για την υλοποίηση και την ολοκλήρωση της εκάστοτε παραγωγικής διαδικασίας απαιτούνται μία σειρά από στάδια τα οποία δε μπορεί να τα καλύψει ο ίδιος δημιουργός – αρχιτέκτονας είτε γιατί δεν κατέχει την τεχνογνωσία είτε γιατί δε συμφέρει οικονομικά να έχει τον κατάλληλο εξοπλισμό είτε γιατί δε συμφέρει χρονικά να συμμετέχει σε κάποια από τα στάδια, γεγονός το οποίο οδηγεί στο επόμενο στοιχείο το οποίο διερευνήθηκε.

²⁹ Κατόπιν συζήτησης με τα άτομα αυτά, οι περισσότεροι θέλησαν να μη γίνει συγκεκριμένη αναφορά στο όνομά τους ή στο όνομα της επιχείρησής τους, οπότε για λόγους ομοιομορφίας αυτή η «ανωνυμία» τηρείται για όλες τις περιπτώσεις κλειδιά. Ωστόσο, για να υπάρχει μία σαφέστερη εικόνα των περιπτώσεων που μελετήθηκαν, σε αυτό το σημείο θα περιγραφούν συνοπτικά. Για τον κλάδο του κοσμήματος μελετήθηκαν τρεις περιπτώσεις: η πρώτη είναι ένα ατομικό εγχείρημα μίας αρχιτεκτόνισσας η οποία στο παρελθόν έχει εργασθεί και ως αρχιτέκτονας αλλά πλέον ασχολείται μόνο με την επιχείρησή της αυτή, η δεύτερη είναι δύο αδέρφια, αρχιτέκτονες και οι δύο επίσης με εμπειρία επάνω στο αντικείμενο όπου πλέον ασχολούνται αποκλειστικά με το κόσμημα και η τρίτη είναι μία συνεργασία μεταξύ δύο νέων με αρχιτεκτονικές σπουδές που από τα πρώτα χρόνια των βασικών σπουδών τους ξεκίνησαν να ασχολούνται ερασιτεχνικά με το κόσμημα και πλέον ασχολούνται επαγγελματικά με αυτό. Για τον κλάδο του ρούχου μελετήθηκαν δύο περιπτώσεις: η πρώτη είναι μία αρχιτέκτονας που τα τελευταία χρόνια σχεδιάζει, παράγει κι εμπορεύεται ρούχα και υποδήματα σε δικό της κατάστημα ενώ τον ίδιο χώρο τον χρησιμοποιεί και ως αρχιτεκτονικό γραφείο και η δεύτερη περίπτωση είναι μία συνεργασία μεταξύ ατόμων που προέρχονται από το χώρο της αρχιτεκτονικής και της γραφιστικής και σχεδιάζουν σειρές ρούχων, κυρίως υπό τη μορφή τυπωμάτων. Τέλος, για τον κλάδο της τσάντας μελετήθηκαν δύο περιπτώσεις, όπου η πρώτη είναι μία αρχιτέκτονας η οποία εδώ και αρκετά χρόνια σχεδιάζει, παράγει κι εμπορεύεται χειροποίητες τσάντες σε κατάστημα το οποίο διατηρεί στο κέντρο της Αθήνας και η δεύτερη περίπτωση είναι η συνεργασία μεταξύ δύο νέων αρχιτεκτόνων που σχεδιάζουν και παράγουν τσάντες πειραματιζόμενες στα υλικά που χρησιμοποιούν.

Καθετοποίηση των διαδικασιών

Εξαιρετικά κρίσιμο στοιχείο για την κατανόηση του πως διαμορφώνονται οι καταστάσεις στους τομείς που ερευνώνται αποτελεί ο τρόπος με τον οποίο κατανέμονται και πραγματοποιούνται όλες οι επί μέρους διαδικασίες που είναι απαραίτητες για τη δημιουργία του τελικού προϊόντος. Σε αυτό, σημαντικό είναι βέβαια και το μέγεθος της επιχείρησης. Στους κλάδους που μελετήθηκαν, στην πλειοψηφία τους πρόκειται για ατομικά εγχειρήματα. Τα ελάχιστα συλλογικά εγχειρήματα που εντοπίστηκαν απαρτίζονται από άτομα ίδιου ή παρόμοιου προφίλ ως προς το επιστημονικό κι επαγγελματικό υπόβαθρο. Τα άτομα αυτά δε ξεπερνούν τα πέντε στον αριθμό και οι βασικότεροι λόγοι που συνετέλεσαν στην απόφαση για τη δημιουργία ενός συλλογικού και όχι ατομικού εγχειρήματος για κάποιους είναι οικονομικοί καθώς με αυτό τον τρόπο μοιράζονται τόσο το κεφάλαιο που απαιτείται αρχικά για τη σύσταση του εγχειρήματος όσο και τα ενδιάμεσα έξοδα που απαιτούνται για τις πρώτες ύλες και τα λοιπά λειτουργικά έξοδα, ενώ για τους υπόλοιπους ο βασικότερος λόγος είναι η πίστη στη σημασία της συνεργασίας ως δημιουργικό εργαλείο.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, δεν πραγματοποιούνται όλα τα στάδια που απαιτούνται κατά την παραγωγική διαδικασία από τους ίδιους τους δημιουργούς που μελετώνται, αλλά κάποια συγκεκριμένα στάδια ανατίθενται σε άλλους. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα στάδια τα οποία ανατίθενται σε άλλους είναι πολύ συγκεκριμένα και αφορούν κάποιες τεχνικές διαδικασίες. Μάλιστα, κοινός τόπος όλων των δημιουργών είναι η επιθυμία για είναι όσο το δυνατόν λιγότερα τα στάδια που ανατίθενται σε άλλους. Αυτό, πέρα από λόγους οικονομίας, συμβαίνει κυρίως λόγω της επιθυμίας των δημιουργών για την όσο το δυνατόν στενότερη κι αμεσότερη σχέση με το τελικό προϊόν. Τα στάδια τα οποία ανατίθενται σε άλλους αποτελούν ενδιάμεσα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας και απαιτούν συγκεκριμένη τεχνογνωσία αλλά και ειδικό εξοπλισμό. Σημαντικότερο ρόλο για την επιλογή των συνεργατών για τα διαφορετικά στάδια που απαιτούνται στην παραγωγή παίζουν η ποιότητα της δουλειάς και η καλή συνεργασία παρά η χωρική εγγύτητα. Έτσι, στις συγκεκριμένες διαδικασίες δεν παρατηρείται συσπείρωση με τη χωρική έννοια, αλλά πρόκειται για δίκτυο συνεργασιών κι αλληλένδετων υπηρεσιών.



Εικόνα 4.2: ιδέα, ανάθεση διαδικασιών, τελικό προϊόν, πηγή: ίδια επεξεργασία

Έτσι, το κομμάτι του σχεδιασμού τόσο σε επίπεδο concept όσο και κατασκευαστικό επίπεδο καθώς και το κομμάτι της τελικής συναρμολόγησης ή συρραφής πραγματοποιούνται από τους σχεδιαστές – αρχιτέκτονες. Τα κομμάτια τα οποία αναλαμβάνουν τρίτοι αφορούν την κοπή των πρώτων υλών (πχ χρήση μηχανημάτων lasercut), τα τυπώματα κλπ. Σημαντικό είναι το στοιχείο ότι οι δημιουργοί ασχολούνται με την προβολή και διαφήμιση του έργου τους καθώς καταπιάνονται και με τα γραφιστικά θέματα που απαιτούνται για το σκοπό αυτό.

Σχέσεις κατάληξης κι αφετηρίας

Πέρα από τα στάδια που αφορούν την παραγωγή του εκάστοτε προϊόντος, από τη σύλληψή του μέχρι την ολοκλήρωσή του, καθοριστικό και ιδιαίτερα κρίσιμο στάδιο είναι το πού αυτό «καταλήγει», με την έννοια σε τι είδους αγορές διοχετεύεται. Σε κάποιες περιπτώσεις οι ίδιοι οι δημιουργοί κατέχουν ένα συγκεκριμένο χώρο ο οποίος αποτελεί ταυτόχρονα το εργαστήριό τους και το κατάστημα στο οποίο εμπορεύονται τα προϊόντα τους – σε μία μάλιστα περίπτωση ο χώρος αυτός λειτουργεί και ως αρχιτεκτονικό γραφείο ενώ σε μία άλλη ο χώρος αυτός είναι στο ισόγειο πολυκατοικίας την οποία έχει σχεδιάσει η ίδια η δημιουργός.

Πέρα από την άμεση πώληση των προϊόντων μέσω ιδιόκτητων καταστημάτων, ιδιαίτερα συχνή είναι η ισχυρή παρουσία και προβολή των προϊόντων αυτών στο διαδίκτυο. Από τις περιπτώσεις – κλειδιά που μελετήθηκαν, όλοι κατέχουν μία προσωπική ιστοσελίδα μέσα από την οποία προβάλλουν και πωλούν τα προϊόντα τους ως μεμονωμένα κομμάτια. Κατόπιν σύντομης αναζήτησης στο διαδίκτυο, παρατηρείται η παρουσία αρκετών τέτοιων εγχειρημάτων με αυτό τον τρόπο στο διαδίκτυο, γεγονός που μας επιτρέπει να μιλάμε για μία πλειοψηφική επιλογή. Σε κάποιες περιπτώσεις μάλιστα υπάρχει μόνο ψηφιακό κατάστημα κι όχι και κάποιος χώρος που να λειτουργεί ως τέτοιος. Το γεγονός αυτό δεν αποτελεί ιδιαίτερο χαρακτηριστικό μόνο των περιπτώσεων και των κλάδων που μελετώνται την παρούσα εργασία, αλλά αποτελεί συχνό φαινόμενο της εποχής κι ανοίγει ερωτήματα τα οποία ερευνώνται ήδη από μελετητές για το κατά πόσο ο ψηφιακός χώρος μπορεί να αντικαταστήσει το φυσικό.

Το στοιχείο το οποίο παρουσιάζει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον και κρισιμότητα είναι οι περιπτώσεις όπου η διοχέτευση των προϊόντων στην αγορά δε γίνεται από τους ίδιους τους δημιουργούς. Οι περιπτώσεις αυτές διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: σε περιπτώσεις όπου οι δημιουργοί συνεργάζονται με εταιρείες και άλλα καταστήματα και σε περιπτώσεις όπου συνεργάζονται με φορείς πολιτισμού.

Στην πρώτη κατηγορία εντοπίζονται περιπτώσεις όπου οι δημιουργοί συνεργάζονται με εταιρείες του εξωτερικού και η συνεργασία αυτή γίνεται μέσω διαδικτύου. Σε αυτές τις περιπτώσεις κυρίως πρόκειται για συμφωνίες για την προμήθεια ενός συγκεκριμένου αριθμού προϊόντων ώστε να υπάρχουν διαθέσιμα προς πώληση ανά

πάσα στιγμή. Το στοιχείο αυτό σε ένα βαθμό παρέχει κάποια ασφάλεια στους δημιουργούς καθώς με αυτό τον τρόπο μπορούν να επωφεληθούν της απήχησης που έχει η αντίστοιχη ψηφιακή πλατφόρμα, αποφεύγοντας έτσι τις διαδικασίες που θα απαιτούνταν για την προβολή και την προώθηση του προϊόντος τους στο ευρύ κοινό, στην αναζήτηση του κοινού αυτού και σε λοιπές διεκπεραιωτικές διαδικασίες. Ωστόσο, το ίδιο ακριβώς στοιχείο ενέχει κι ένα μεγάλο ρίσκο για τους δημιουργούς, καθώς το κόστος για την παραγωγή ενός μεγάλου αριθμού προϊόντων ώστε να υπάρχουν ως απόθεμα το επωμίζονται οι ίδιοι, χωρίς να έχουν κάποια σίγουρη εγγύηση ότι θα το κάνουν απόσβεση άμεσα. Το στοιχείο όμως που παρουσιάζει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον στις περιπτώσεις αυτές είναι το γεγονός ότι η φύση των συνεργασιών αυτών προσδίδει στα προϊόντα χαρακτήρα μαζικής παραγωγής. Ο μεγάλος αριθμός των προϊόντων που τους ζητείται να παράγουν σε συνδυασμό με την έλλειψη άμεσης σχέσης με το κοινό στο οποίο απευθύνονται οδηγεί σε μία τυποποίηση του σχεδιασμού, όπου βαρύτητα δίνεται στη δυνατότητα επαναλαμβανόμενων κινήσεων, ίδιων μορφών με χρωματικές μόνο παραλλαγές και σε επανάληψη μορφών με μικρές εναλλαγές που να διευκολύνουν τη μαζική παραγωγή. Στην ίδια κατηγορία ανήκουν και οι περιπτώσεις συνεργασίας με εταιρείες που διοχετεύουν τα προϊόντα αυτά σε καταστήματα στα νησιά. Και σε αυτές τις περιπτώσεις, παρόλο που το προϊόν μένει «εντός των τειχών», τα ζητήματα που προκύπτουν είναι παρόμοιας φύσης: μαζική παραγωγή, συγκεκριμένες προθεσμίες κι επένδυση χρόνου και κεφαλαίου υπό τη μορφή ρίσκου που έχει στενά χρονικά περιθώρια για να αποσβεστεί.

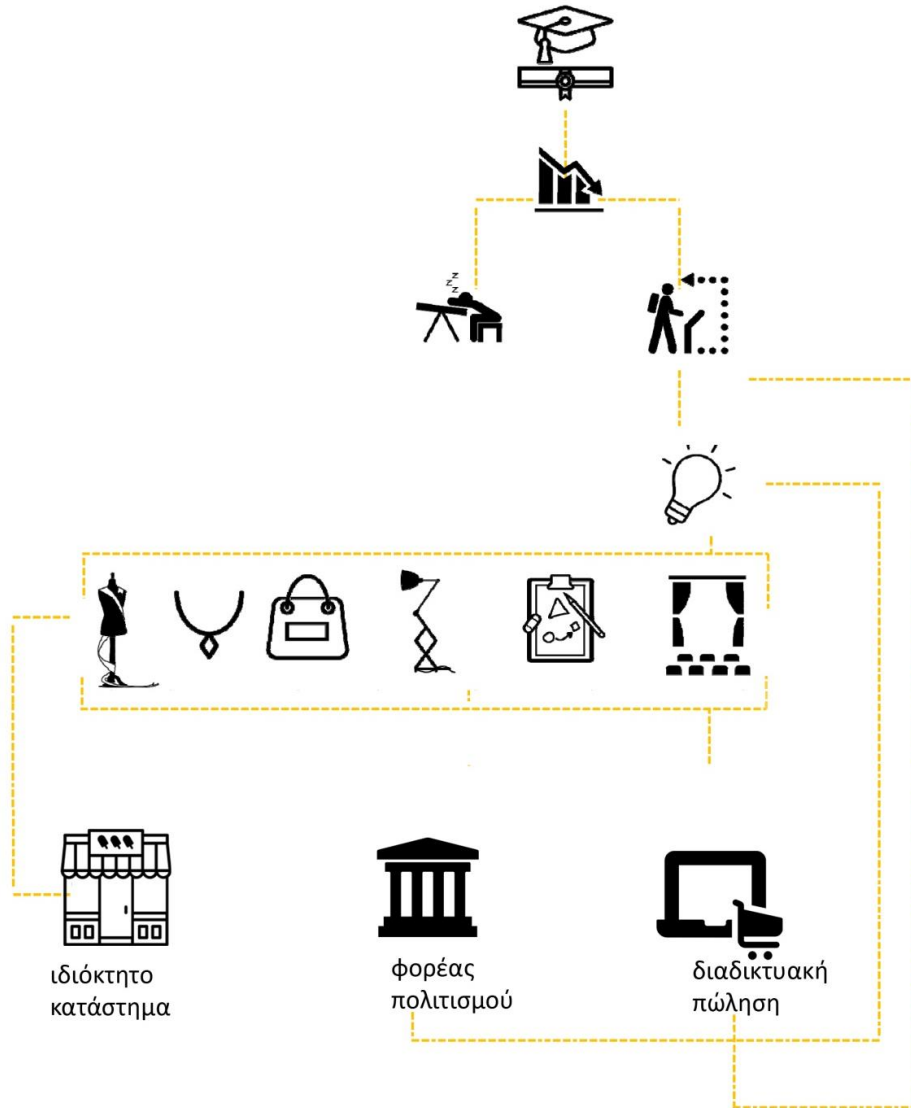
Η δεύτερη κατηγορία αφορά περιπτώσεις συνεργασίας των δημιουργών αυτών με φορείς πολιτισμού και κυρίως μουσεία. Και εδώ ισχύουν τα παραπάνω ζητήματα περί μαζικής παραγωγής. Ωστόσο οι μηχανισμοί που κινούνται εδώ φαίνεται να είναι πιο περίπλοκοι. Στις περιπτώσεις - κλειδιά που μελετήθηκαν αποτελεί ευτυχική σύμπτωση ότι η μία περίπτωση έχει συνεργασία χρόνων με έναν τέτοιο φορέα και συγκεκριμένα με το Μουσείο Μπενάκη ενώ μία άλλη περίπτωση διεκδικεί αυτή την περίοδο τη συνεργασία με το Μουσείο Ακρόπολης. Η διαφορά αυτή επιτρέπει μία σφαιρικότερη εικόνα για τις διαδικασίες που πραγματοποιούνται σε αυτή την κατηγορία συνεργασιών.

Μέσα από την πρώτη περίπτωση συνεργασίας με φορέα πολιτισμού γίνονται αντιληπτοί οι λόγοι για τους οποίους είναι τόσο επιθυμητές οι συνεργασίες αυτές από πλευράς δημιουργών. Η παρουσία των προϊόντων τους στους χώρους αυτούς αποτελεί από μόνη της «διαφήμιση» για το έργο τους. Επιπλέον, σε αυτού του είδους τις συνεργασίες το επιχειρηματικό ρίσκο είναι ελάχιστο, καθώς το κόστος για την αποθεματική παραγωγή των προϊόντων το επωμίζεται ο εκάστοτε φορέας κι όχι ο δημιουργός. Ωστόσο, το στοιχείο εκείνο που εγείρει ερωτήματα είναι η σχέση μεταξύ της ταυτότητας και της έκφρασης του δημιουργού με τις απαιτήσεις του φορέα πολιτισμού με τον οποίο συνεργάζεται. Το ερωτηματικό αυτό προέκυψε από την

παρατήρηση ότι στην πρώτη περίπτωση, με την έναρξη της συνεργασίας αυτής, τα προϊόντα τα οποία προορίζονται για πώληση μέσω του Μουσείου Μπενάκη κάνουν σαφείς μορφολογικές κι εννοιολογικές αναφορές σε έργα τα οποία εκτίθενται στο Μουσείο, χωρίς ωστόσο το θέμα της αρχαιότητας να έχει απασχολήσει προηγουμένως τη συγκεκριμένη δημιουργό.

Το ερώτημα για τη σχέση αυτή παρουσιάζεται ακόμα εμφανέστερα στη δεύτερη περίπτωση. Πρόκειται για μία ομάδα νέων αρχιτεκτόνων και γραφιστών όπου σχεδιάζουν είδη ένδυσης που φέρουν εικόνες και μοτίβα με σαφείς αναφορές στην κλασική αρχαιότητα. Η επιλογή της θεματικής αυτής έγινε ελεύθερα από τους ίδιους τους δημιουργούς, οι οποίοι εμπορεύονται τα προϊόντα τους μέσω ιστοσελίδας στο διαδίκτυο. Ωστόσο, οι συνθήκες που επικρατούν στη σημερινή αγορά τους προτρέπουν στο να επιδιώξουν τη συνεργασία με κάποιον φορέα πολιτισμού. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο φορέας είναι το Μουσείο Ακρόπολης, καθώς τα εκθέματά του σχετίζονται με τη θεματική που επιλέγουν αυτοί οι δημιουργοί. Για να μπορέσουν ωστόσο να προωθήσουν τη δουλειά τους σε αυτό, οι ίδιοι δήλωσαν ότι πρέπει να τροποποιήσουν το «ύφος» των σχεδίων τους ώστε να συνάδει με τις γραμμές που προτιμώνται γενικότερα στο Μουσείο. Έτσι, φαίνεται τον κυρίαρχο λόγο στο σχεδιασμό να έχουν οι φορείς παρά οι σχεδιαστές. Ως εκ τούτου, τα προϊόντα απομακρύνονται αισθητά από την έκφραση της ταυτότητας του δημιουργού τους κι αποκτούν εταιρική ταυτότητα με όρους μάρκετινγκ.

Η διαπίστωση αυτή, παρόλο που φαίνεται να αφορά το τελικό στάδιο των διαδικασιών παραγωγής, ουσιαστικά καθορίζει και την αφετηρία των διαδικασιών αυτών. Με άλλα λόγια, η πορεία που ακολουθείται στις διαδικασίες αυτές δεν είναι γραμμική που διακλαδίζεται με βάση τις επί μέρους επιλογές αλλά πρόκειται για μία σειρά διαδικασιών σε λούπα (βρόχο) όπου η κατάληξη συνδέεται άμεσα με την αφετηρία κι επηρεάζει τις ενδιάμεσες διαδικασίες. Επιπλέον, ένα στοιχείο το οποίο έρχεται να προστεθεί στις διαδικασίες αυτές και εντάσσεται σε ένα στάδιο ακριβώς πριν την αφετηρία είναι το κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο των ατόμων αυτών. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, κοινό στοιχείο των ατόμων αυτών είναι το γεγονός ότι προέρχονται από ένα περιβάλλον το οποίο μπορούσε να τους βοηθήσει στα πρώτα τους επιχειρηματικά βήματα. Το στοιχείο αυτό φαίνεται ιδιαίτερα κρίσιμο, καθώς για την έναρξη των διαδικασιών αυτών είναι απαραίτητη η επένδυση κάποιου κεφαλαίου, η έλλειψη του οποίου οδηγεί τους εν δυνάμει δημιουργούς απ ευθείας στην επιδίωξη συνεργασίας με κάποιο φορέα πολιτισμού.



Εικόνα 4.3: αλληλεξαρτήσεις διαδικασιών, πηγή: ίδια επεξεργασία

Συμπεράσματα

Όπως παρουσιάστηκε, γίνονται εμφανείς οι έντονες αλληλεξαρτήσεις μεταξύ των διάφορων σταδίων των παραγωγικών διαδικασιών. Εσωτερικοί/προσωπικοί κι εξωτερικοί παράγοντες επηρεάζουν τη διαδικασία της δημιουργίας και η κατάληξη σε αρκετές περιπτώσεις μοιάζει να αναιρεί τις αρχικές προθέσεις και τα κίνητρα που ώθησαν τους δημιουργούς σε αυτού του είδους τα εγχειρήματα. Η κρισιμότητα του πολιτισμού ο οποίος εκπορεύεται από τους ίδιους τους ανθρώπους σε περιόδους συνολικότερης κρίσης είναι αδιαμφισβήτητη. Τι συμβαίνει όμως όταν οι συνθήκες μέσα στις οποίες γεννάται αυτή η δημιουργικότητα είναι και αυτές που την ακρωτηριάζουν;

Με βάση τα τωρινά δεδομένα, διαφαίνεται ότι η έλλειψη χρηματοοικονομικών πόρων σήμερα κάνει το θέμα αυτό πιο δυσμενές στο μέλλον, δίνοντας βάση για προβλέψεις νέων

ισορροπιών στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Έτσι, η παρούσα εργασία θέλει να συμβάλει στην ανάδειξη της σημασίας της διερεύνησης γύρω από τα «κρίσιμα» στάδια για την ανάπτυξη δημιουργικών εγχειρημάτων: τον εντοπισμό των σταδίων αυτών, τον καθορισμό του τρόπου με τον οποίο το ένα επηρεάζει το άλλο και τη συγκριτική αξιολόγησή τους ώστε να κατανοηθεί σε ποιο στάδιο η υποβοήθηση μπορεί να επιφέρει τις περισσότερες πολλαπλασιαστικές ωφέλειες στις διαδικασίες αυτές. Η εργασία αυτή στοχεύει στο να ενισχύσει την έρευνα γύρω από ζητήματα που αφορούν τη βελτίωση του θεσμικού πλαισίου δημιουργίας, λειτουργίας και ανάπτυξης των επιχειρήσεων, όχι όμως αόριστα και οριζόντια αλλά εξειδικευμένα σε συγκεκριμένους καινοτόμους κι εξωστρεφείς.

Βιβλιογραφία

Atkinson, R., Easthope, H. 2009, *The consequences of the creative class: The pursuit of creativity strategies in Australia's cities*, International Journal of Urban and Regional Research

Dreher, C. 2002, *Be creative — or die*, Salon 6 June, www.salon.com

Evans, G. 2003, *Hard-branding the cultural city - from Prado to Prada*. International Journal of Urban and Regional Research

Florida, R. 2000, *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York: Basic Books

Florida, R. 2005, *The Flight of the Creative Class: The new global competition for talent*, New York: Harper Business

Landry, C. 2000, *The Creative City: A toolkit for urban innovators*, London: Comedia, 7th edition

Κάφκα, Φ. 1999, *Αφορισμοί*, Αθήνα: Εκδόσεις Ερατώ